

#BETTER
MUSIC
CITIES

SOUND
DIPLOMACY

MANUAL DE RESILIENCIA PARA

CIUDADES MUSICALES

UNA ESCENA
MUSICAL RICA
Y VIBRANTE TRAE
MUCHA FELICIDAD.
ES COMO EL AIRE:
ES IMPORTANTE.
NECESITAS TENER
ESO EN TU VIDA SÓLO
PARA RECORDARTE
QUE VALE LA
PENA VIVIR.”

Dave Grohl, 2019¹

Imagen de portada © Antonio Hugo/Adobe Stock
Imagen de contraportada © svtlini/Adobe Stock
Imagen opuesta © eskystudio/Adobe Stock

MANUAL DE RESILIENCIA PARA CIUDADES MUSICALES

CONSTRUYENDO MEJORES CIUDADES MUSICALES

Un plan para impulsar la recuperación,
construir resiliencia, generar desarrollo
urbano y crear mejores ciudades a
través de la música.

#BETTER
MUSIC
CITIES

PRÓLOGO



El cierre económico y social impuesto en todo el mundo como respuesta a la pandemia del COVID-19 nos ha obligado a reexaminar nuestra perspectiva sobre el valor atribuido a muchas personas y funciones en la sociedad, por ejemplo los salarios de profesionales escenciales como el personal de enfermería o de limpieza, o cómo consideramos el valor de los profesores y médicos.

El aislamiento forzado también ha puesto de relieve el valor de las artes y la cultura para nuestra salud mental, nuestro bienestar y nuestra capacidad de conectar con otros seres humanos, estemos o no ocupando el mismo espacio físico en ese momento.

La oportunidad de escuchar música, tocar un instrumento, dar una clase de baile o participar en coros a través de Zoom ha supuesto una ancla para mucha gente en esta época de crisis. La música, más que muchas otras cosas, ha fomentado y perpetuado un sentido de comunidad, conexión y esperanza en momentos de profundo aislamiento.

Durante décadas, el deporte ha conseguido demostrar con éxito que genera una rentabilidad de la inversión indiscutible en términos de salud pública y bienestar. La música, sin embargo, nunca ha logrado reafirmar su valor en este sentido. Hasta ahora, cuando los momentos más desalentadores de la crisis actual han puesto de relieve la necesidad de la música y la cultura y su impacto positivo sobre la salud física y mental. La música ha demostrado esta vez el poder y los beneficios al tejido social como nunca antes.

Este informe de Sound Diplomacy resulta muy oportuno ya que pone de manifiesto –definitivamente– la importancia de la cultura como una fuerza tangible y cuantificable, y espero sinceramente que los responsables políticos tomen nota.

En estos momentos de necesidad, la música ha servido a muchísima gente. Esto debe servir como prueba del poder de la cultura para generar comunidad y crear un valor continuo para la sociedad, motivo por el cual merece inversión y requiere atención como parte de cualquier agenda de planificación estratégica.

Paul Pacifico

CEO, Association of Independent Music, Reino Unido

Profesor Invitado en ‘Artist as a Startup’, Berklee Valencia, España
Fideicomisario, English National Ballet, Inglaterra

Consultor Estratégico, Creative Industries Federation, Reino Unido



Imagen © rawpixel.com/Adobe Stock

RESUMEN EJECUTIVO

Queremos repensar y reformular el papel de la música y la cultura en nuestras ciudades, pueblos y territorios. Este manual marca el inicio de esta conversación.

Milán está reinventando su relación con los automóviles.² Singapur está repensando el diseño de sus espacios públicos.³ En todo el mundo, la pandemia está incentivando un replanteamiento de nuestro entorno urbano. Las industrias están cambiando totalmente y las normas establecidas, desde el valor del petróleo hasta nuestra necesidad de congregarnos en oficinas, están cambiando. Pero ha habido una constante a lo largo de todo este tiempo: la necesidad y el disfrute colectivo de la música. El Foro Económico Mundial argumenta que Beethoven puede “sacarnos de la crisis”.⁴ Han aumentado los *streamings* en directo, la compra de instrumentos y la música nueva que se sube a internet. Cada vez somos más las personas que escuchamos música o la usamos para combatir el aislamiento social. Casi todos hemos visto los videos de gente en Italia y España cantando en los balcones o de los coros virtuales que reúnen a pacientes con demencia.

Pero los cimientos sobre los que se construye la música como un servicio y como una economía están rotos. Los profesionales de la música están perdiendo su sustento. La música en vivo ha bajado la persiana. La industria, como tantas otras, ha sufrido pérdidas significativas de ingresos.

Necesitamos la música. Y si necesitamos algo, lo que hacemos es crear sistemas, estructuras y políticas para hacerlo posible, protegerlo y pagar por ello. Pero no en este caso. Lo que se valora es el contenido, no a quien lo crea. Las desigualdades estructurales están provocando la reducción de los ingresos de los y las artistas, la destrucción de los programas de educación musical y promoviendo políticas que apoyan la consolidación de multinacionales en lugar de apoyar el desarrollo del talento local. **Esto debe cambiar.**

Este manual ofrece un camino diferente. Si reinventamos el papel de la música y la cultura para la recuperación, podemos crear una nueva normalidad. Una normalidad en la que éstas contribuyan social y económicamente de forma activa y resiliente. Para ello, necesitamos **pensar en la música y la cultura de forma diferente.** Tenemos que examinar de forma honesta lo que hemos hecho hasta ahora, lo que ha funcionado y lo que no, y ver cómo podemos crear un ecosistema musical y cultural mejor, sin recursos adicionales y que funcione para todo el mundo.

Nuestro objetivo no es ser definitivos/as. Nuestro objetivo es ser inquisitivos/as. ¿Cómo podemos crear ciudades musicales más equitativas durante la recuperación? Si estamos imaginando las ciudades

del futuro con más bicicletas y menos automóviles, con un aire más limpio y menos contaminantes, con voces más diversas tomando decisiones, ¿por qué no podemos crear también mejores ciudades musicales?

Este manual describe cómo se ha tratado la música y la cultura en su función cívica y su impacto en el desarrollo urbano, y plantea nueve estrategias para mejorar la resiliencia y crear un mejor ecosistema musical en el futuro. Al mismo tiempo, estamos convocando a expertos y expertas a través de nuestra plataforma de eventos y conversaciones sobre ciudades musicales para debatir, repensar y crear un nuevo grupo de pensamiento global en torno a la construcción de mejores ciudades musicales **#bettermusiccities**.

Podemos crear mejores ciudades musicales y economías creativas. Esto requiere el compromiso de las economías a generar políticas audaces, liderazgo y colaboración. Este manual es sólo el principio. Queda mucho más por venir.

Leelo. Pensá. Comentá. Actuá. Unite a nuestra comunidad.

www.bettermusiccities.com
www.sounddiplomacy.com
www.musiccitiesevents.com

#bettermusiccities

NOTA PARA LECTORES/AS

Nuestro informe no tiene como objetivo predecir el futuro ni criticar ninguna iniciativa que ayude a artistas, músicos/as y creativos/as en situaciones difíciles. Cada céntimo que pueda llegar a los bolsillos de estos colectivos es bienvenido. Cuanto más apoyo reciban, mejor.

También queremos señalar lo siguiente:

- Este informe está escrito en español, con el dólar estadounidense como moneda principal. No se pretende dar prioridad a un país sobre otro, simplemente pensamos que era más fácil escribirlo de esta manera para mantener la consistencia. Este manual es relevante a nivel mundial.
- Nos abrumaron los comentarios positivos y las críticas constructivas después de compartir el primer borrador. Así que considerará este informe como un documento sujeto a cambios. Está pensado para generar preguntas, debate y discusión. Esperamos que este sea el primero de muchos informes escritos sobre este tema, ya que el mundo sigue cambiando cada día. De hecho, ya estamos escribiendo el próximo informe.
- Estamos creando una comunidad de pensamiento global para continuar expandiendo estas ideas. Si estás interesado/a en participar, envía un correo electrónico a info@sounddiplomacy.com. Te responderemos.

- Este informe es unilateral. Se centra en lo que las ciudades y quienes vivimos en ellas podemos hacer para apoyar mejor a la música. No esboza lo que el sector de la música puede hacer para apoyar a las ciudades. Eso es para otro informe.
- No tenemos la intención de crear excepcionalismo en torno a la música. Todo el arte es igual. Todo el arte es valioso. Pero la música es lo nuestro. Es lo que conocemos. Por eso hemos escrito sobre ella. Creemos que lo mismo puede decirse de la danza, la escultura, las bellas artes o cualquier otra actividad creativa. Invertir en cultura es invertir en todos/as.
- Hay muchas facetas de la música que se infieren en este informe pero que no se explican. Por ejemplo, la diversidad cultural en la música es tan amplia que determinados géneros o disciplinas se recuperarán más rápido que otros. La música significa muchísimas cosas para muchas personas, lo entendemos. Por favor, que la palabra “música” signifique lo que vos querás que signifique mientras lees este informe.

- Todos los sectores de la industria musical son importantes y todos merecen ser tratados con apoyo e intencionalidad.
- Por favor, apoyá al talento local. Pagá por las transmisiones en vivo. Comprá entradas para futuros conciertos. Tomá esas clases de guitarra que siempre quisiste. Participá. Cantá. La música es para todo el mundo.

Gracias por leer. Tenemos muchas ganas de conversar con vos!

Dr. Shain Shapiro

INTRODUCCIÓN



Imagen © spkphostock/Adobe Stock

PREPARANDO EL ESCENARIO

El mundo que habitamos ahora es diferente del que compartimos hace dos meses. El impacto del COVID-19 ha traído innumerables desafíos a nuestra forma de vida: cómo trabajamos, cómo nos congregamos y cómo socializamos.

Esta pandemia se considera el desafío mundial más acuciante desde la Segunda Guerra Mundial.⁵ La crisis del COVID-19 está afectando a 3.300 millones de trabajado/as en todo el mundo.⁶ La mitad de la fuerza laboral mundial está en riesgo de perder su sustento.⁷ En Europa y América, más del 40% de los trabajadores están en sectores en riesgo.⁸ Casi la mitad (40%) de los adultos estadounidenses no llegan a tener 400 dólares ahorrados en sus cuentas bancarias para destinar a emergencias.⁹ En EE.UU., casi 26 millones de personas solicitaron la prestación por desempleo entre marzo y finales de abril.¹⁰ El 78% de los trabajadores norteamericanos viven de sueldo en sueldo y los bancos de alimentos están mal abastecidos y sobrecargados. En Amherst, Massachusetts, por ejemplo, un banco de alimentos distribuyó un 847% más de alimentos en marzo de 2020 que en marzo de 2019.¹¹ Más de 950.000 personas han solicitado asistencia social en el Reino Unido desde que comenzó la crisis.¹² 700.000 personas perdieron sus trabajos en Australia en el primer mes de la crisis, y se espera que el desempleo en ese país supere el 16%.¹³ En Alemania 718.000 empresas redujeron las jornadas de sus empleados a través de un programa gubernamental entre marzo y abril.¹⁴

Para la mayoría de los sectores económicos, el impacto ha sido negativo. Con las tiendas cerradas, las fábricas cerradas y millones de trabajadores obligados a trabajar desde casa, la productividad ha disminuido.¹⁵ Pero muchos negocios e industrias han respondido con creatividad, ingenio e innovación. Las fábricas que antes hacían coches han redirigido sus esfuerzos a la fabricación de ventiladores. Los fabricantes de ropa ahora están produciendo equipos de protección personal. Los restaurantes han lanzado o expandido sus servicios de comida para llevar y de entrega a domicilio. Las clases de gimnasia, música e idiomas se imparten ahora en línea, más por necesidad que como valor añadido.

Una constante en todo esto, sin embargo, es nuestra necesidad colectiva de la música, las artes y la cultura. De hecho, la demanda está aumentando masivamente a pesar de que las industrias creativas se enfrentan a grandes pérdidas financieras.

Por ejemplo, el número de suscriptores de Apple Music continúa creciendo, situándose en 60 millones¹⁶ en el momento de escribir este informe, y Disney+ ha alcanzado los 50 millones de suscriptores desde su lanzamiento poco antes de la crisis.¹⁷ La música, las artes y la cultura son herramientas vitales para inspirar a la gente, mantener el espíritu comunitario y mejorar el bienestar. El papel de la música, las artes y la cultura es cada vez más importante para la salud mental, como demuestran iniciativas como

los cantos solidarios en los balcones de Italia y España, el crecimiento de los coros y sinfonías virtuales, los conciertos retransmitidos en directo por *streaming* y las visitas virtuales a los museos.

Muchas de las personas que crean la música, las artes y la cultura que consumimos y de las que dependemos están en caída libre, económicamente hablando. En todo el mundo se han cancelado más de 500 festivales de música al aire libre a gran escala.¹⁸ Las encuestas de Estados Unidos y Europa apuntan a un panorama desolador. En el Reino Unido, por ejemplo, se han perdido hasta ahora más de 60 millones de dólares en honorarios de artistas y grupos musicales, según el sindicato Musicians Union.¹⁹ Según Americans for the Arts, la principal organización sin ánimo de lucro para la defensa de las artes y la educación artística de EE.UU., la industria estadounidense de las artes y la cultura ha perdido 4.500 millones de dólares a través de más de 11.000 organizaciones. Un informe conjunto de todas las asociaciones de música alemanas estima unas pérdidas de 5,4 mil millones de euros (6 mil millones de dólares) para el sector de la música durante los próximos 6 meses.²⁰ Según la Oficina Australiana de Estadística, del total de empresas de arte y entretenimiento registradas antes de la crisis, sólo el 47% siguen operando.²¹

Como resultado de ello, instituciones y gobiernos de todo el mundo están destinando millones en ayudas para artistas, músicos/as, creativos/as y organizaciones culturales sin ánimo

de lucro.²² Ciudades como Detroit y Los Ángeles han creado sus propios programas de ayuda a artistas, en asociación con fundaciones y bancos locales.²³ La ciudad de Hamburgo ha creado un fondo especial de ayuda de 1,5 millones de euros (1,7 millones de dólares) para clubs nocturnos y locales de música en vivo.²⁴ A medida que las ayudas (más de 100 millones de dólares en todo el mundo a partir de mayo de 2020) van llegando al sector de las artes, es hora de empezar a pensar en lo que podemos aprender de esta crisis para que, cuando llegue la próxima, los sectores de la música, las artes y la creatividad estén mejor preparados, dotados de recursos y estructurados para soportar el impacto.²⁵

LA MÚSICA, LAS ARTES Y LA CULTURA SON HERRAMIENTAS VITALES PARA INSPIRAR A LA GENTE, RETENER EL ESPÍRITU COMUNITARIO Y MEJORAR EL BIENESTAR.



De arriba abajo:
imagen © ismel leal/Adobe Stock
imagen © Antonio/Adobe Stock
imagen © PhotoSpirit/Adobe Stock

ESTO ES LO QUE SABEMOS

- El sector mundial de las artes, la música y la cultura estaban mal preparadas para soportar esta crisis.
- Durante la crisis del COVID-19 las artes, la música y la cultura nos están uniendo cada vez más.
- No se trata a la música ni a la cultura como algo esencial. Pero su papel como bien de primera necesidad está quedando demostrado.

Las economías postindustriales priorizan el desarrollo de infoproductos, entre los que se incluye cualquier tipo de software que debe ser vendido en grandes cantidades y a bajo precio para generar beneficios y pagar a los accionistas. La música ha sido reproducible como un producto "soft" durante más de un siglo, por lo que se ajusta muy bien a este modelo. El problema es que cuando la música se convierte en parte de este modelo, se desconecta de sus raíces creativas y de su creador/a, que rara vez son respetados.

Es necesario reparar esta conexión. Tenemos que apreciar al creador/a tanto como apreciamos su creación. Es por esto que hemos escrito este manual: como guía para entender mejor lo que ha sucedido, cómo podríamos habernos preparado para ello de manera diferente y qué se puede hacer en el futuro.

Este es nuestro manual de resiliencia para ciudades musicales.

El enfoque sobre la música va en la línea de los otros informes de Sound Diplomacy, pero esta guía va más allá de la música como industria, vocación o herramienta educativa. Las artes pueden curar nuestras heridas comunes, así que el verdadero foco aquí es cómo podemos compartir y vivir nuestra recuperación colectiva.



imagen © eshana_blue/Adobe Stock

PARTE 1 LA GRAN PARADOJA²⁶



imagen © babaroga/Adobe Stock

TENER MÚSICOS/AS
CON TALENTO NO ES
SUFICIENTE. TAMBIÉN SE
NECESITA UNA GRAN VARIEDAD
DE SALAS DE CONCIERTOS,
OPORTUNIDADES PARA LA
POLINIZACIÓN CRUZADA DE
LAS PERSONAS CREATIVAS
Y VIVIENDAS ASEQUIBLES.
LA CONFLUENCIA DE
FACTORES EXTERNOS AYUDA
A FOMENTAR EL TALENTO
LATENTE EN UNA COMUNIDAD
PARA QUE FLOREZCA.

Davd Byrne, 2018²⁷

De arriba abajo:
imagen © eshana_blue/Adobe Stock
imagen © master1305/Adobe Stock
imagen © kappa400/Adobe Stock

2.1 ¿DÓNDE NOS DEJA ESTO?

Creemos que estas tres cosas son ciertas:

1. LAS
ARTES, LA
MÚSICA Y LA
CULTURA SON UN
BIEN PÚBLICO. TODO EL
MUNDO CONFÍA EN ELLAS
CON LA CONVICCIÓN DE
QUE SIEMPRE ESTÁN
AHÍ Y SIEMPRE LO
ESTARÁN.



2. DURANTE
LAS CRISIS NOS
APOYAMOS EN LO
QUE CONOCEMOS.
SI RECURRIMOS A LA
MÚSICA EN TIEMPOS DE
NECESIDAD, SEGUIREMOS
RECURRIENDO A ELLA
EN TIEMPOS DE
NECESIDAD.



3. EL
CRECIMIENTO
ECONÓMICO
EXPERIMENTADO POR
ESTOS SECTORES ES EVIDENTE
Y ESTÁ BIEN DOCUMENTADO.
SIN EMBARGO, IGNORAMOS
LOS FACTORES ECONÓMICOS
NECESARIOS PARA ASEGURAR
QUE LAS ARTES, LA MÚSICA Y
LA CULTURA SIGAN SIENDO
OMNIPRESENTES.



Llamamos a esto *La Gran Paradoja*, y ha sido
expuesta en la era del COVID-19. El público está
consumiendo bienes artísticos, musicales y culturales
a un ritmo acelerado, pero no está contribuyendo
financieramente lo suficiente como para asegurar
que aquellos y aquellas artistas, trabajadores/as
de la música y personas creativas detrás de estos
bienes puedan cubrir sus necesidades básicas.
Para la gran mayoría, su arte no paga las facturas,
ni tampoco el segundo y a veces tercer empleo que
necesitan para mantener su capacidad de crear.

2.2

EXPLORANDO LA GRAN PARADOJA

Aquello en lo que más confiamos es lo que más damos por sentado.

Cuando abrimos el grifo y llenamos un vaso de agua limpia, pocas personas reconocemos las infraestructuras, los sistemas y las políticas que llevaron a la ubicuidad de ese momento. Para aquellas personas afortunadas que gozan de agua corriente limpia, es raro imaginar –o entender– que las bombas de extracción, las plantas de tratamiento de aguas residuales, las tuberías y los pozos deben funcionar correctamente para que ese momento suceda. Esta disonancia cognitiva está integrada en aquellas personas que dudan que el cambio climático es una amenaza empírica. En algunos aspectos, el ver y el creer confluyen.

Pasa lo mismo con las industrias creativas.²⁸ Por ejemplo, la música. Cuando escuchamos una canción en la radio, nuestras mentes se centran en disfrutar de esa canción y de ese momento, sin apreciar la infraestructura y los sistemas que se utilizaron para hacerla. Si lo desglosamos, tuvieron que pasar todas estas cosas:

- Un instrumento tuvo que ser diseñado, moldeado y fabricado. Y todos los materiales necesarios, previamente obtenidos, minados o cultivados, además de diseñados y producidos.
- A una edad temprana, se introdujo a cada persona en la música, dándoles el tiempo y los recursos para aprender a crear, es decir formar sonidos organizados a partir de notas, melodías, ritmos y tonos.
- Tuvieron que existir los espacios y lugares musicales para que mejoraran, dándoles también la opción de fracasar. Ya fueran dormitorios, salas de ensayo o incubadoras.
- Estas personas tuvieron que convertir una idea en un marco musical –versos, coros, interludios y melodías– que resonara en cualquier otra persona disociada de su creación.

- Tuvieron que existir los espacios y lugares necesarios para escribir, producir y grabar la canción, y ser asequibles. Esto requiere diseño, construcción, logística, transporte, permisos, licencias o medidas sanitarias y de seguridad, entre otros requisitos.
- Tuvo que existir algún tipo de industria para difundir la canción, por ejemplo, emisoras de radio o plataformas de *streaming*. Y el trabajo de administración de la canción, que incluye la gestión de derechos, la administración legal, la contabilidad y la gestión de recursos humanos.
- Tuvo que existir un marco económico para remunerar a los creadores de la música cada vez que sea reproducida, *sampleada* o utilizada. Esto les permite ganar un salario para poder seguir haciendo música.

Y si escuchamos la canción en directo, hay que añadir lo siguiente:

- Las salas de conciertos tuvieron que ser construidas, administradas y gestionadas.
- Las promotora tuvo que coordinar los conciertos y los/las agentes representar a sus artistas. Además del trabajo de otros actores como las empresas de venta de entradas o las de gestión de giras.
- Otro gran número de trabajos auxiliares tuvieron que ser desarrollados, incubados y remunerados, incluyendo iluminación, *rigging*, ingeniería de sonido, catering, servicios de hospitalidad, mantenimiento, limpieza, seguridad, diseño, etc.

Todas las personas necesitamos y queremos disfrutar del resultado de la actividad creativa. Sin embargo, los sistemas de suministro de la música y la cultura están hechos de tuberías y piezas viejas y anticuadas, y necesitan ser reparados urgentemente. Se pueden aplicar soluciones rápidas para asegurar que el sistema funcione en la crisis actual, pero lo que realmente debemos empezar a considerar ahora es cómo reformar el sistema para darle la vuelta a *La Gran Paradoja* y hacer un mundo mejor.



POR FAVOR, APRECIAD Y ENTENDEDO QUE EL VALOR EXCEPCIONAL DE ESTE ARTE MUSICAL, DEL QUE ESTÁIS DISFRUTANDO AQUÍ MISMO, EN VUESTRAS CASAS, ES INESTIMABLE E INAPRECIABLE.

Al Bell, ex CEO de Stax and Motown Records²⁹



imagen © DavidPrado/Adobe Stock

2.3

LA GRAN PARADOJA Y LAS CIUDADES COMPONENDO EL PROBLEMA

Tal como apunta Richard Florida, los trabajos creativos han aumentado en un 72.5% en las ciudades estadounidenses desde 2005, en contraste con el 13.6% de crecimiento general en el total de empleo.³⁰ Esto equivale a un incremento de 11 millones de trabajadores y trabajadoras. Si bien algunas ciudades han ampliado sus clases creativas más que otras, la mayoría de las áreas metropolitanas de Estados Unidos y otras ciudades de todo el mundo han sido testigo de una expansión y un aumento concomitante de los precios de las viviendas, los alquileres y los servicios. Las ciudades se están volviendo más desiguales.³¹

Algunos lugares conocidos como “ciudades musicales” en EE.UU. tienen importantes disparidades de renta. Austin es conocida como *Live Music Capital of the World* (la Capital Mundial de la Música en Vivo).³² Sin embargo, según Austin Community Foundation, “el ingreso promedio de los hogares blancos es de \$72,341 y de \$40,004 para los hogares afroamericanos.”³³ La Oficina de Visitantes y Convenciones de Nashville tiene registrado el término *Music City* (Ciudad Musical).³⁴ Allí, aquellos que se encuentran en el percentil del 0 al 10 ganan más dinero que los salarios combinados del resto de percentiles.³⁵ Ambas ciudades han visto subir los precios de las viviendas y los alquileres, y la de Austin es, de hecho, de las subidas más altas de EE.UU.³⁶

Estas estadísticas son comparables a las de otras ciudades del mundo. Berlín y Dublín, ambas ciudades famosas por su música y su vida nocturna, padecen problemas similares de acceso a viviendas asequibles.³⁷ No son un caso aparte. Pero lo que sí es cierto es que ambas ciudades han utilizado la música más que otras para atraer talento, promocionar su ciudad y generar puestos de trabajo. Por lo tanto, puede afirmarse que el aumento de trabajadores/as creativos/as en las ciudades (emprendedores/as, artistas y músicos/as) aumenta la desigualdad social.³⁸ Esto puede

impulsar y reforzar *La Gran Paradoja*, generado una serie de complejas contradicciones a su paso. Las ciudades compiten por el talento en todos los sectores. La tecnología y los servicios profesionales significan salarios más altos, lo que trae consigo más impuestos e ingresos. Las cámaras de comercio, las juntas de turismo y las autoridades de desarrollo económico compiten por ello. Cuando se considera que un lugar tiene tanto éxito que atrae a empresarios/as y trabajadores/as creativos/as para crear o servir a una economía de este tipo, a menudo se hace a través del desplazamiento, en lugar de la incorporación. Esto puede hacer que suban los alquileres y el coste de vida. Y aún así, las ciudades celebran el resultado que produce esta creatividad, tanto si surge y se desarrolla localmente como si es importada.

Esta competición suele tomar los cimientos esenciales construidos en las comunidades para sacar provecho de este aumento de trabajadores, empleos y oportunidades. Para garantizar que ese crecimiento ofrezca oportunidades a la total diversidad de las personas – en términos de edad, raza, género, ocupación, etc. – las políticas que apoyan el crecimiento deben tener en cuenta los puntos de presión. Es necesario reformar las políticas de usos y zonificación y proporcionar vivienda asequible, transporte público y educación.

Sin esto, la paradoja se fortalece y una ciudad musical y cultural de éxito aumenta la desigualdad como resultado colateral de su éxito.

Por ejemplo, a menudo las ciudades compiten por un nuevo auditorio o un festival como prioridad principal, independientemente de la calidad y la disponibilidad de la educación musical en sus escuelas públicas. Integrada en esta ambición de desarrollar la economía creativa de una ciudad (y aumentar aún más *La Gran Paradoja*) se encuentra una compleja red de racismo y clasismo estructural, que exacerba aún más esta falta de comprensión acerca de las necesidades de la economía creativa. Muchas ciudades siguen teniendo multitud de políticas de usos no equitativas que dan continuidad a una herencia de prácticas discriminatorias (particularmente en América del Norte), de desigualdad de ingresos por raza, género y clase y de falta de oportunidades. En las ciudades que van detrás de atraer economías creativas sin asegurarse de que todas las decisiones políticas que se toman reconozcan estos problemas estructurales, éstos no suelen hacer más que empeorar.

Las ciudades celebran tener mejores cafeterías y más murales en las calles y alardean si de sus calles emerge un músico famoso, pero a menudo carecen de la humildad y la comprensión para entender mejor la paradoja, el racismo y, a menudo, el clasismo que todo esto conlleva. La música, el arte y la cultura pueden ser herramientas para aliviar estos problemas urbanos estructurales si se incorporan desde el desarrollo comunitario, en lugar de como apéndices adosados.

Amazon, por ejemplo, recibió 129 millones de dólares en rebajas fiscales en EE.UU. y 294 millones de euros (310 millones de dólares) en Europa en 2019.³⁹ Qué pasaría si la rebaja de EE.UU. se dividiera en partidas de 100.000 dólares a disposición de cada municipio, por ejemplo, para invertir en música, arte y cultura a nivel local. O, ¿qué pasaría si Amazon tuviera que invertir el 10% (12,9 millones de dólares) de sus rebajas fiscales en artes, la música y la cultura. **Es poca cosa, lo sabemos. Pero por algo se empieza.** Amazon empezó sus operaciones vendiendo cultura. Y su negocio actual se sustenta en bienes culturales, artísticos y musicales. Si todas las grandes empresas que reciben estos incentivos tuvieran que hacer esto, la suma sería importante. El monto total de los incentivos ofrecidos en 2019 en EE.UU. según Princeton, fue de 30 mil millones de dólares.⁴⁰ Sólo en EE.UU. El 10% de eso es mucho.

EN EL PRESENTE, HAY MÁS DE 20 PROGRAMAS DE AYUDA PARA MÚSICOS Y CREATIVOS EN AUSTIN, TX. APPLE RECIBIÓ UN PAQUETE DE INCENTIVO DE \$ 16M PARA SU NUEVO CAMPUS EN AUSTIN EN 2018.

La inversión en la economía creativa ha priorizado el resultado final y en algunos aspectos ha ignorado las tuercas, pernos, tornillos y tuberías que aseguran el funcionamiento de los sistemas y, a la vez, crean, sostienen y desarrollan empleos, habilidades y la autoestima. *La Gran Paradoja* nos convenció de centrar toda nuestra energía en la atracción y la celebración, en vez de en la incubación, el desarrollo y el mantenimiento. Es raro que las ciudades que compiten por la inversión multinacional inviertan en la música, el arte o la infraestructura cultural local como mecanismo de crecimiento.

En la actualidad, hay más de 20 programas de ayuda para músicos/as y creativos/as en Austin.⁴¹ Apple recibió un paquete de incentivos de 16 millones de dólares para su nuevo campus en Austin en 2018.⁴² Aunque uno no puede reemplazar fácilmente al otro, ésto demuestra que las ciudades pueden ser los agentes de cambio para reformar *La Gran Paradoja*. La mayor parte del alivio económico se distribuirá en las ciudades. Cuando se termine el confinamiento y comience una nueva normalidad, las ciudades estarán en primera línea, determinando si el mundo que estamos creando es mejor que el que de antes de la pandemia. Y este trabajo puede ser evaluado por nuestra respuesta a las crisis en nuestros ecosistemas musicales, artísticos y culturales.

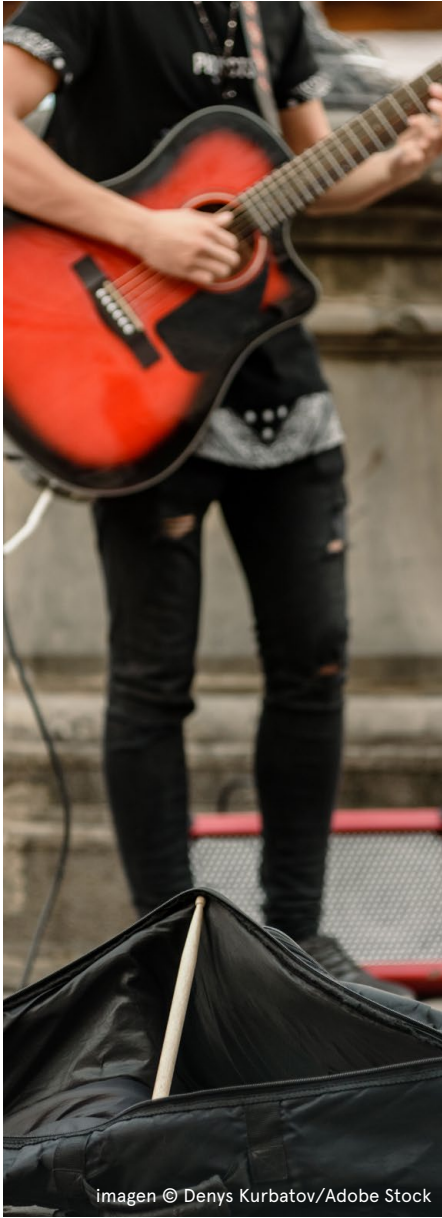


imagen © Denys Kurbatov/Adobe Stock

PARTE 2 LO QUE HEMOS HECHO NO FUNCIONA



imagen © Thorben/Adobe Stock

3.2

¿CÓMO DEFINIMOS AHORA A LAS CIUDADES MUSICALES Y CULTURALES?

Si bien existen varias definiciones, incluyendo la de nuestro Manual de Ciudades Musicales,⁴³ se requiere una comprensión más sólida de lo que es –y por lo tanto podría ser– una ciudad musical y/o cultural en el mundo posterior a la crisis. Pero para considerar lo que podría ser –y cómo podría influir– en el futuro, vamos a esbozar las bases de lo que una “ciudad musical” o una “ciudad cultural” es ahora. Entender mejor de lo que se ha hecho en el pasado ayuda a seguir esbozando y contextualizando lo que no ha funcionado. Estas son las características actuales de una “ciudad musical” o una “ciudad cultural”:

1. Existencia de una Oficina de Música o Grupo de Trabajo de Música

Una oficina o grupo de trabajo de la música representa a la comunidad musical en el discurso público y el debate cívico. Las ciudades que han establecido y dotado de presupuesto oficinas de música con capacidad de decisión política son pocas. Sin embargo, muchas ciudades han tomado medidas para legitimar las necesidades de su música mediante la creación de juntas, comités y grupos de trabajo para el sector. La mayoría de estas organizaciones están dirigidas por voluntarios/as que se centran en las necesidades de la industria de la música comercial y su desarrollo, mientras que otras están lideradas por personal de la ciudad o gestionadas por terceros.

2. Existencia de una Oficina de Cultura, Vida Nocturna y Alcalde Nocturno

La mayoría de las ciudades y pueblos tienen oficinas para asuntos culturales y artísticos que se encargan de apoyar el desarrollo de los bienes culturales, el patrimonio y, en algunos casos, el turismo. Muchas ciudades son propietarias de sus activos físicos y los explotan, como por ejemplo Denver o muchas ciudades escandinavas. La mayoría tiene responsabilidades amplias que abarcan desde el sector cultural y musical sin ánimo de lucro y la educación hasta el arte público y la preservación histórica. Aunque casi todas carecen de los presupuestos necesarios para cumplir con un mandato tan amplio. Además, muchas ciudades como Londres, Berlín, Sydney, Amsterdam y Tokio están tomando medidas proactivas e intencionadas para desarrollar y gestionar sus economías nocturnas. La economía nocturna se define generalmente como cualquier negocio que opera principalmente entre las 7 de la tarde y las 7 de la mañana en los ámbitos de la cultura, la logística, la hospitalidad, el turismo y la salud.

3. Creación de marca

35 ciudades de todo el mundo ostentan hoy el título de Ciudad de la Música de la UNESCO y 9 ciudades forman parte de Music Cities Network.⁴⁴ Muchas ciudades han recurrido a los museos, el cine o el arte, con presupuestos específicos provenientes de departamentos como el de turismo o el de desarrollo económico, para promover, reivindicar y desarrollar su marca.

4. Turismo musical y cultural

Como generador de impuestos o creador de empleo, varias ciudades, pueblos y regiones han dado prioridad al turismo musical. Mississippi, por ejemplo, es la “Cuna de la Música Norteamericana”. Nueva Orleans, Melbourne, Berlín o Liverpool son sinónimos de turismo musical. Hay una estatua de Frank Zappa en Vilna que atrae a decenas de miles de turistas al año, a pesar de que no existe ningún vínculo entre Zappa y Lituania.⁴⁵ Lo mismo ocurre con el bar de Depeche Mode en Tallin.⁴⁶ El turismo musical puede estar en cualquier lugar.

5. Liderazgo de la música en vivo

Todos gravitamos hacia lo que podemos ver, sentir y tocar. Como resultado, el vínculo con la música tiende a centrarse en la música en directo, festivales y experiencias efímeras. El amplio beneficio económico de la música en vivo, las promotoras, los agentes y el ecosistema de la música en directo es más inmediato y tangible. A diferencia de otras formas de creación musical y cultural, puede ser vista, sentida y escuchada por cualquiera. Así que las ciudades a menudo se inclinan por financiar primero la música en vivo, organizando festivales y construyendo salas de conciertos.

6. La historia

Muchas ciudades y regiones tienen patrimonio e historia musical. Las canciones, los sonidos y los movimientos tuvieron que surgir de algún lugar, y esos momentos se convierten en importantes motores económicos y turísticos para los territorios. Desde una simple placa que conmemora el lugar donde alguien vivió, hasta un parque temático dedicado al lugar de nacimiento de una estrella, la música y la cultura se rigen a menudo a través de la historia y la celebración, o manipulación, de la misma.

7. Instituciones existentes

Muchas ciudades tienen la suerte de contar con instituciones de gran escala que a menudo lideran la promoción de la identidad musical y cultural del territorio. Desde el Centro Nacional de Música de Calgary hasta el Lincoln Center de Washington, o la nueva Elbphilharmonie de Hamburgo, todos estos espacios suelen ser el motor principal de la música, el arte y la cultura de un lugar. El “espacio” a menudo puede llegar a ser secundario con respecto a la “institución”. Las instituciones también pueden tomar la forma de fundaciones que invierten en sus municipios. Ejemplos de ello son Walton Family Foundation en el noroeste de Arkansas, o Aga Khan Foundation en Pakistán.



imagen © DWP/Adobe Stock



imagen © f11photo/Adobe Stock

EN LUGAR DE LIMITARNOS
A ABRIR OTRA OFICINA DE
MÚSICA, TENEMOS QUE PENSAR EN
CÓMO ESE MODELO SE TRANSFORMA
PARA CAPACITAR A MÚSICOS/AS Y
ARTISTAS QUE PUEDAN OBTENER
INGRESOS DIVERSIFICADOS
DURANTE EL RESTO DE SU VIDA.

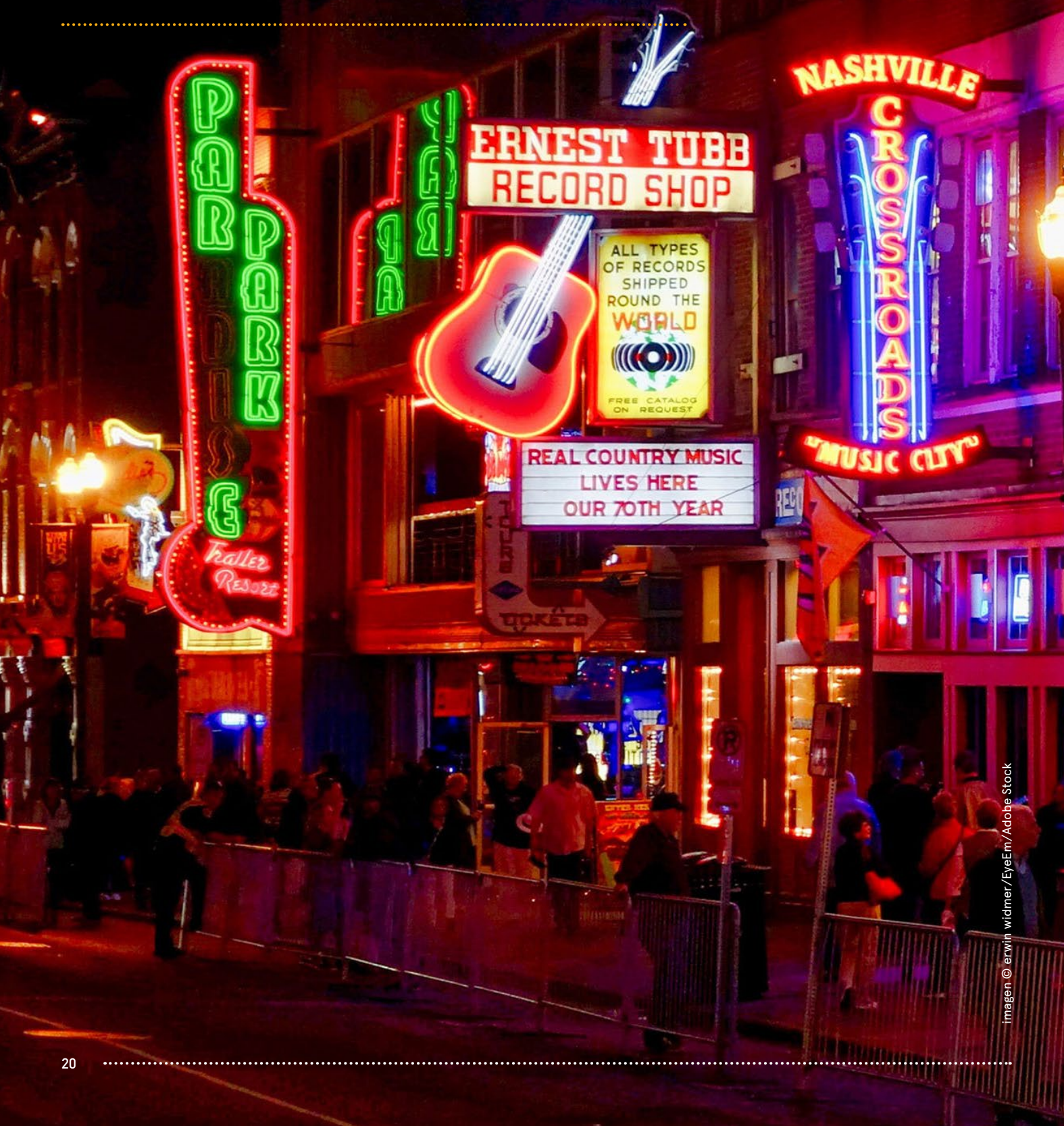


Imagen © erwin widmer/EyeEm/Adobe Stock

3.2 ¿QUÉ NOS INDICA ESTO?

Cada uno de estos siete aspectos de los que las ciudades se sirven para manejar sus ecosistemas musicales y culturales son importantes también para la prosperidad del ecosistema cívico. Tener un Grupo de Trabajo de Música crea la necesidad de fomentar el diálogo entre músicos, salas, otros actores creativos y el gobierno local.

Tanto la actividad económica indirecta como la inducida por la utilización de un activo histórico o una gran infraestructura contribuyen sustancialmente a las bases impositivas de las ciudades. Tanto es así que en algunos lugares la preservación histórica supera la inversión en cultura viva. Los festivales son importantes impulsores económicos. La conferencia y festival South By Southwest (SXSW) debía haber tenido lugar del 13 al 22 de marzo de 2020. Su cancelación le costó a la ciudad organizadora, Austin, unos 350 millones de dólares.⁴⁷ Pero hay algunos vínculos importantes en este aspecto:

- A menudo hay una falta de comprensión acerca de cómo estas siete características se vinculan con la política general de la ciudad, la planificación exhaustiva y la planificación general.
- Rara vez se mide el impacto de estas iniciativas en los indicadores de calidad de vida, y a menudo se considera que su mera existencia es suficiente. Hay mucho trabajo por hacer para vincular la música con la salud física, el bienestar, la inclusión social y la salud mental.
- Podemos abrir Oficinas de Música y Oficinas de Cultura, pero si todo el apoyo del gobierno sólo sirve para abogar por la experiencia de la música en vivo de una manera u otra (permisos, festivales, músicos de calle, etc.), no estamos mejor de lo que estábamos. En

lugar de limitarnos a abrir otra oficina de música, tenemos que pensar en cómo ese modelo se transforma para capacitar a músicos/as y artistas que puedan obtener ingresos diversificados durante el resto de su vida.⁴⁸

- Hay pocas acciones del ámbito musical relacionadas con la sostenibilidad (incluidos los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas), contra el cambio climático y los marcos de resiliencia empresarial.

Gran parte de la labor relacionada con estas siete características –salvo en un puñado de ciudades– es *ad hoc*. Seattle y Austin cuentan con programas de salud específicos para músicos/as y artistas.⁴⁹ Alemania también apoya un programa de salud para artistas, pero este tema es menos importante en países con sistemas de salud nacionales. Pocos lugares en EE.UU. tienen programas de educación musical locales disponibles para todos los miembros de la comunidad, esto es más común en las ciudades europeas y austral-asiáticas. Aunque hay músicos/as sindicalizados/as en la mayoría de las ciudades y pueblos de EE.UU., ninguna ciudad ha implementado políticas o derechos de compensación para artistas a nivel municipal y la mayoría de los países o ciudades europeas carecen de políticas de compensación sostenibles. Islandia es otro caso atípico, porque el gobierno ofrece salarios directamente a los artistas. Por ejemplo, en 2017 1.606

artistas solicitaron un sueldo de alrededor de 3.000 euros (3.400 dólares) al mes y 391 de ellos fueron seleccionados.⁴⁹ El Reino Unido tuvo un programa entre 1998 y 2003 llamado “New Deal For Musicians”, un programa de seguridad social que proporcionaba un salario vital a los músicos para que pudieran hacer música.⁵¹ Y Estados Unidos tuvo el “Federal Music Project” entre 1935 y 1943. Este programa pagaba a los músicos para que fueran músicos.⁵²

En muchos aspectos, **todas las ciudades son ciudades musicales**. Lo mismo ocurre con los pueblos, estados y regiones. Si hay personas, hay música, arte y cultura. Pero no siempre hay un apoyo coordinado para ello. Mientras que existen organizaciones e iniciativas sin ánimo de lucro que utilizan la música para reducir el comportamiento antisocial y el crimen, hay pocas ciudades que entienden el papel de la música –u otras formas de arte– en la reducción del crimen. Existen algunos casos, como el programa “Teens in Transition” de Kansas City, pero ni mucho menos en todas partes.⁵³ Lo mismo ocurre con el impacto de la música en la salud y la atención social. Ciertos hospitales, centros asistenciales y residencias ofrecen programas de música.⁵⁴ Existen empresas que se dedican a emplear a músicos/as para hospitales o para crear coros. Pero se invierte poco en la comprensión del papel de la música y la cultura en la asistencia social, la salud física y mental o el beneficio de la comunidad en su conjunto.

¿CON QUÉ NOS HA DEJADO ESTO?

Muchas ciudades cuentan con los medios, las relaciones y el poder de captación de fondos para ser capaces de identificar la necesidad de recabar y proporcionar ayuda a músicos/as, artistas y depositarios de la cultura. La mayoría reconocen el valor inherente del hecho cultural y a quién lo produce. Pero suele acabar ahí. Nos hemos atascado en un estado de triaje, en el que la única prioridad es que los fondos de ayuda salgan a las calles. Esto es comprensible, pero distribuir los fondos por orden de llegada no es una forma equitativa de repartirlos, ya que no todo el mundo tiene el mismo acceso a la información. El estado de la música, el arte y la cultura en nuestras comunidades es el siguiente:

- Valoramos la música y la cultura pero carecemos de políticas que lo reflejen. Tendemos a valorar el arte creado, pero no a su creador/a.
- Demostramos respeto por la música, el arte y la cultura.
- No examinamos ni revisamos sistemáticamente nuestras acciones, cuestionando cómo hemos hecho las cosas y seguimos haciéndolas, para desarrollar buenas prácticas que sí que funcionen para todo el mundo.

- Tenemos un sistema que perpetúa la desigualdad. Por ejemplo, la transmisión en directo requiere una conexión rápida a Internet; quienes más fácilmente reciben apoyo son a menudo los que han sido beneficiarios antes; una consolidación de las formas tradicionales de dar ayudas cuyo único objetivo es sacar el máximo de dinero posible a las calles.

La difícil situación de los y las músicos/as y de la industria musical en general durante la crisis del COVID-19 está demostrando el impacto que la música tiene en la sociedad y nuestro fracaso colectivo para apoyarla. Carecemos de alianzas, programas y políticas resilientes. Nuestro modelo se basa en el valor interno de la música. Aumentar el valor de la música aumenta el valor para los que participan en ella de forma activa.

En lugar de esto, empecemos a crear políticas musicales para todo el mundo y a priorizar el valor externo de la música –el valor de la música para todos nosotros, para la sociedad, para nuestra salud y bienestar–. Así mantendremos un sector más capitalizado, una mayor apreciación de la música en vivo y más inversión local. Esto significa reconocer el valor económico de la música como una industria, como cualquier otra industria. Significa respetar y pagar justamente por la música, ya sea una entrada para un concierto, una transmisión en directo o a un/a músico/a de calle. Significa refinar la forma en que la música –en las políticas– genera valor para otros sectores: educación, salud pública, regeneración de la ciudad, salud mental y bienestar general, dinamismo, turismo, equidad, licencias de actividad y políticas de usos, por nombrar algunas.



imagen © dmitrimaruta/Adobe Stock



imagen © Peeradontax/Adobe Stock

PARTE 3

NUESTRO PLAN DE RESILIENCIA PARA CIUDADES MUSICALES

4.1

INTRODUCCIÓN

A corto y medio plazo, los presupuestos de las ciudades tendrán que priorizar los servicios básicos. Esto incluye vivienda, grandes proyectos de transporte, atención médica, educación y mantenimiento de la infraestructura básica. En muchos casos, los fondos de ayuda para las empresas, grandes y pequeñas, se están sacando de los presupuestos operativos básicos o de los fondos de emergencia, como se ha hecho en Seattle, por ejemplo.⁵⁵

En este caso, los fondos se extrajeron de un fondo de reserva acumulativa y de su cuenta de proyectos de inversión. Liverpool está destinando 150.000 libras esterlinas (200.000 dólares) de su fondo de inversión estratégica, a través de su fondo de infraestructuras, a dar apoyo a empresas musicales, artistas y profesionales de la música en vez de al desarrollo de activos. Esto es una primicia en el Reino Unido, y demuestra que la música es, en este caso, vista como una inversión estratégica.⁵⁶ Pero no todas las ciudades, pueblos y gobiernos locales y regionales tienen los recursos que Seattle y Liverpool están distribuyendo. En Detroit, es la comunidad la que ha recaudado 100.000 dólares.⁵⁷ En Nueva Orleans, una serie de iniciativas comunitarias están asumiendo el liderazgo.⁵⁸

La ayuda financiera es temporal. Una nueva normalidad surgirá e, independientemente de cómo sea para nosotros y nosotras, la música y la cultura requerirán inversión y apoyo, ya sea a través de fondos públicos o privados. Esta nueva normalidad tendrá que ser más resiliente, tanto por lo que respecta a las necesidades de músicos/as, artistas y depositarios/as de la cultura, como a las necesidades de las ciudades y sus habitantes. Debe abordar la desigualdad racial, de clase y estructural y apoyar a todos los ciudadanos y ciudadanas. Todas las ciudades y pueblos pueden convertirse en mejores ciudades musicales y culturales si capitalizan el valor externo de la música.

Este cambio de mentalidad requiere:

- Cambiar de mentalidad para tratar la música, el arte y la cultura priorizando su valor externo.
- Revisar las políticas existentes para que las ciudades estén mejor preparadas para tratar la música, el arte y la cultura como un valor para todo el mundo, en lugar de como generación de empleo para unos/as pocos/as.
- Facultar a quienes son responsables de las políticas para que sean capaces de reconocer y hacer frente a los puntos de presión –aumento del coste de la vivienda, aumento del coste de la vida, gentrificación– que puede comportar el hecho de ser una ciudad musical o culturalmente activa.
- Encontrar maneras de apoyar a la música, las artes y la cultura con menos dinero, al menos por el momento.⁵⁹

A continuación se presentan varias estrategias e iniciativas, que podrían ponerse a prueba ahora, para crear ciudades más resilientes, equitativas y, en definitiva, mejores. Todo ello mediante políticas intencionales en materia de música, arte y cultura. En cada una de ellas se indica cómo y por qué debe hacerse, e incluyen algunos ejemplos de actores de los que podemos aprender.



Imagen © Monkey Business/Adobe Stock

Imagen © Natalia/Adobe Stock

4.2 ASÍ ES COMO AVANZAREMOS

Nuestro plan de resiliencia de las ciudades musicales está basado en las siguientes premisas:

En la actualidad, hay muy poco presupuesto público disponible para las artes y la cultura. Mientras que algunas ciudades y países están aumentando los presupuestos, no es algo que podamos asumir que sea cierto en todas partes.

Para inyectar dinero en las artes y la cultura, los municipios pueden reapropiarse de fondos existentes.

No es una solución rápida. Gran parte de esto se centra en reforzar los cimientos, porque la resiliencia se construye a lo largo del tiempo. Y continúa mejorando día a día.

Todo esto es posible. Todas las ciudades y pueblos, independientemente de su tamaño y afiliación política, pueden hacerlo.

Todos estos ejemplos se basan en la música como industria clave, pero todos los ejemplos pueden ser traducidos a otras formas de arte y están destinados a apoyar todas las disciplinas culturales.

EL PLAN DE NUEVE PUNTOS:

1. Poner a los artistas a trabajar: incentivar la creación desde la crisis
2. Convertir la creatividad en vehículo de inversión comunitaria
3. Crear un registro para el sector musical local
4. Iniciar un plan de infraestructura cultural
5. Crear planes de preparación para emergencias (para salas, eventos o toda la ciudad)
6. Asegurar que el lenguaje de la música, las artes y la cultura está incluido en el marco normativo
7. Compromiso al agnosticismo de género musical
8. Planificar y desarrollar una política de economía nocturna
9. Desarrollar políticas de compensación para artistas en toda la ciudad, servicios de mediación para el sector musical y programas de remuneración justa

1. 1. PONER A LOS ARTISTAS A TRABAJAR: INCENTIVAR LA CREACIÓN DESDE LA CRISIS

¿CÓMO SE PUEDE HACER ESTO?

- Un sistema de fondos de ayuda –y se están implementando miles de ellos en este momento– puede ser utilizado en el futuro para financiar encargos creativos.
- En el caso de los artistas, recomendó o estipuló que los receptores de las ayudas se comprometan a la creación de nuevas obras. Para las salas y los promotores, el apoyo podría vincularse a la promoción de contenidos locales emergentes y a la colaboración con ellos.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

- Hacer música y otras formas de arte es un medio para recuperar el control.⁶⁰
- El distanciamiento social y el aislamiento están creando un auge en la creación de contenidos. Las distribuidoras de música están reportando un incremento del 20-40% en el contenido que se sube.⁶¹ Las ventas de instrumentos también están en auge ahora mismo, según la revista Rolling Stone.⁶²
- El aumento de la producción de propiedad intelectual (PI) puede crear nuevos ingresos. Aunque no es inmediato, si este contenido es escuchado o es un *hit*, esa propiedad intelectual generará ingresos para el futuro.
- Es probable que se formen nuevas alianzas, sobre todo porque durante un tiempo, la música local será la única música en vivo, hasta que se recuperen las estructuras de las giras. Esto ya se está demostrando en China, donde los clubs están reabriendo y los/las artistas locales tienen más oportunidades, debido a la imposibilidad de hacer giras.⁶³

¿DE QUIÉN PODEMOS APRENDER?

- La ciudad de Boise, Idaho, ha creado el Fondo de Encargos COVID-19, una alianza entre la ciudad, las fundaciones locales y su festival de música local, Treefort. El fondo tiene como objetivo utilizar la crisis como inspiración para crear nueva música.⁶⁴ El objetivo es proporcionar 1.000 dólares de financiación a un número de artistas aún por determinar, para que creen obras que exploren, documenten y/o reflexionen sobre las experiencias personales de la pandemia del COVID-19 y su impacto en la comunidad.



2. CONVERTIR LA CREATIVIDAD EN VEHÍCULOS DE INVERSIÓN COMUNITARIOS

¿CÓMO SE PUEDE HACER ESTO?

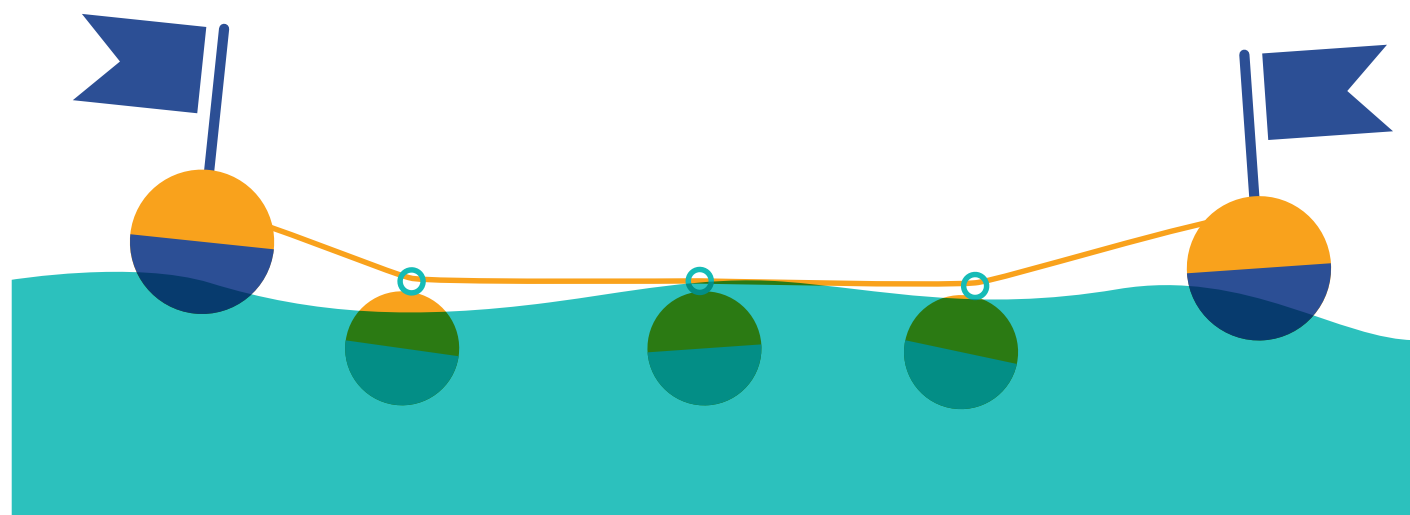
- Todas las medidas de alivio o de comisión de obras artísticas que se distribuyan podrían tener dos condiciones: 1. que el beneficiario cree una nueva pieza de propiedad intelectual o contenido nuevo (ya sea una canción, una obra de arte, una colección de poesías) y 2. que el organismo que las conceda retenga un pequeño porcentaje de participación en esa propiedad intelectual, un 1%, por ejemplo, que pasará a ser propiedad de un vehículo de inversión comunitaria.
- Ese vehículo podría encargarse entonces de reinvertir todos los ingresos futuros en infraestructura musical, artística y cultural local y de base, con la participación de los beneficiarios y las beneficiarias involucrados en el proceso. El colectivo artístico elige cómo se gasta el dinero.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

- La creación de un legado de contenido de la era COVID-19 puede servir a una comunidad de tres maneras clave: En primer lugar, creando una biblioteca que sería registrada, rastreada y monetizada formalmente. En segundo lugar, proporcionando una imagen clara de las carencias en infraestructura cultural y, por lo tanto, de qué podría desarrollarse. Tercero, monitorizando la creatividad en toda la comunidad, que implicaría una mayor comprensión de cómo reinvertir en aquellos artistas que más lo necesitan.
- El vehículo de inversión comunitaria permite a la ciudad musical y cultural invertir en sí misma, bajo el auspicio de proporcionar ayuda. También convierte las medidas de alivio en una transacción comercial, lo que puede incentivar a ambas partes a invertir más.

¿DE QUIÉN PODEMOS APRENDER?

- Muchos sectores invierten de esta manera. Por ejemplo, los grandes sellos musicales firman acuerdos de desarrollo con varios artistas, pero sólo lanzan álbumes con unos pocos. Aquellos que triunfan proporcionan el capital para dar apoyo a todos los artistas firmados.⁶⁵
- Los inversionistas de riesgo y las incubadoras hacen lo mismo con las aplicaciones y las nuevas tecnologías, y las empresas farmacéuticas lo hacen con los ensayos de medicamentos. Unos pocos tienen éxito comercial y ese éxito puede apoyar al ecosistema en su conjunto. Una patente de un medicamento exitoso puede financiar cientos de ensayos.



3. CREAR UN REGISTRO DE MÚSICA DE LA CIUDAD

¿CÓMO SE PUEDE HACER ESTO?

- Las ciudades podrían proporcionar un servicio local de copyright, usando plataformas existentes y en asociación con las entidades de gestión colectivas, creando registros de música sin ánimo de lucro o bibliotecas de música.
- El objetivo es ofrecer a los/las músicos/as una vía para registrar su contenido, si así lo desean.
- Al igual que los registros de propiedad, la creación de registros musicales locales puede proporcionar una estructura de apoyo adicional para creadores locales. Éstos pueden servir para recopilar y organizar el contenido local para que cualquier uso sea remunerado.
- El enfoque principal es captar el contenido musical informal, sin competir con el sector privado.
- Muchos/as compositores/as de canciones no están registrados y, según Billboard, más de 250 millones de dólares (en total) no son repartidos porque los proveedores de servicios no saben a quién pagar.⁶⁶ Una alternativa como servicio público generaría más ingresos para los/las músicos/as locales con el tiempo.
- Con el tiempo, una ciudad puede convertirse en un catálogo en sí misma, cuya biblioteca podría abrirse a las empresas locales para que la utilicen en sus anuncios, fomentando una economía circular en torno a la música local.
- Esto podría incentivar a los/las músicos/as a crear un servicio de intermediación con artistas, para ofrecer música con licencias previamente aprobadas (potencialmente enlazadas con el registro) a las empresas locales para que la utilicen en anuncios y materiales de comercialización. Mantener los ingresos dentro de la ciudad apoya aún más la ampliación de la economía creativa circular.

- Es importante que la tarifa (es decir, el coste por uso) esté fijada de acuerdo a un estándar comercial acorde con las organizaciones de gestión de derechos, de modo que los artistas reciban una remuneración equitativa. El objetivo de esta iniciativa es apoyar aún más a los sistemas de gestión de derechos existentes, no sustituirlos.
- La coordinación con bibliotecas, archivos, museos y organismos artísticos locales, que tal vez ya estén realizando parte de esta labor de registro/biblioteca/gestión de derechos, podría incrementar las colaboraciones público-privadas.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

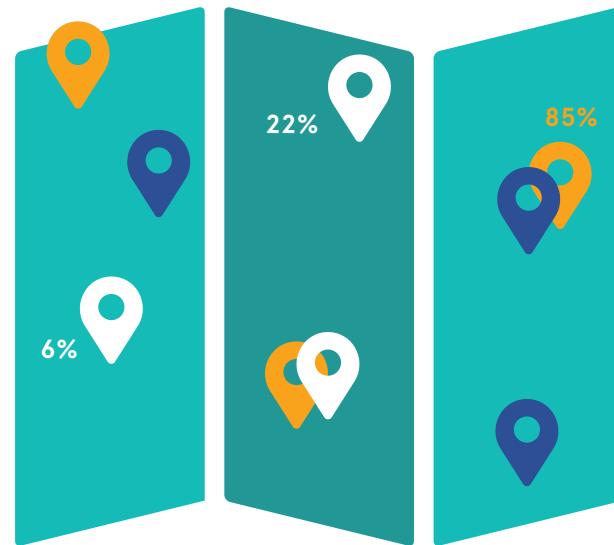
- Entendemos que la logística de una iniciativa de este tipo difiere en cada país, pero el objetivo subyacente –reconocer y remunerar más la propiedad intelectual– es universal.
- Para que la música (u otras disciplinas artísticas) genere ingresos para escritores y artistas –para pagar el alquiler, facturas o comida– la obra debe ser registrada en una entidad de derechos de gestión, como ASCAP, BMI, PRS, GEMA, PPL, Sound Exchange, GVL, SACEM, Unison o SESAC.⁶⁷
- Los derechos musicales son una inversión que produce ingresos recurrentes. Los derechos se ostentan durante décadas. Cada vez que se toca una canción, se obtienen ingresos para los involucrados. Esto pueden ser fracciones de céntimos, pero a más consumo más ingresos que se acumulan con el tiempo.
- No importa dónde se reproduzca la música, las partes involucradas deben obtener una remuneración. Este debería ser el caso, pero no ocurre en todas partes.

- Reconocemos que esto requiere administración, inversión y capitalización. Es una idea de gran envergadura. Pero durante la recuperación, cualquier cantidad de dinero que no se reciba no es aceptable. Hay ingresos en todo el mundo que no se están recaudando en este momento.

¿DE QUIÉN PODEMOS APRENDER?

- Las ciudades invierten en otras formas de infraestructura musical y cultural. Las ciudades son propietarias de salas y alquilan espacios para otros usos musicales. Red Rocks en Denver retornó 65 millones de dólares a la ciudad en 2016.⁶⁸ Las ciudades invierten en educación musical, como la reciente inversión de Abu Dhabi en el Berklee College of Music.⁶⁹ Si las ciudades invierten en música como propiedad física, ¿por qué no como propiedad intelectual?
- Hipgnosis Music Fund, una compañía de inversión que cotiza en bolsa y que tiene su sede en Londres y Los Ángeles, ha visto aumentar el precio de sus acciones durante la crisis mientras sigue comprando catálogos musicales.⁷⁰





4. 4. INICIA UN PLAN DE INFRAESTRUCTURAS CULTURALES

¿CÓMO SE PUEDE HACER ESTO?

- Una comunidad podría crear un mapa de infraestructuras culturales tipo WIKI, que incluyera todos los lugares y espacios donde se desarrolla la música, el arte y la cultura. Se podrían utilizar hubs urbanos de datos existentes y almacenes de datos, tecnología SIG, conocimiento local y minería de datos. Muchos de estos datos están ampliamente disponibles en la mayoría de pueblos y ciudades, pero no están organizados de manera que puedan ser útiles para el diseño de políticas.
- El mapa podría alojarse en la web de una ciudad y estar abierto a la comunidad para actualizarlo. Y podría ser tan específico como se desee, podría incluir cosas como coros, profesores de música y arte, salas, estudios e incubadoras.
- Las ciudades invierten en plataformas y tecnologías de ciudades inteligentes. Más de 750 ciudades asistieron a la última Smart Cities Expo.⁷¹ Esto está alineado con la inversión urbana enfocada en hardware, común en todo el mundo. Pero, en este caso, apoyando tanto el hardware como el software.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

- Contra más dure la crisis del COVID-19 más espacios culturales estarán en peligro de cerrar permanentemente en todo el mundo. De Singapur a Londres, de Austin a Seattle, los locales de música, los teatros, los bares, los pubs y los restaurantes se enfrentan a un futuro incierto en el que el distanciamiento social podría ser la norma durante los próximos 18-24 meses, o más. Conocer –con la mayor precisión posible– los recursos de los que disponemos es cada vez más importante para que, a medida que evolucione la crisis, las ciudades puedan planificar mejor lo que deben incentivar, abogar y apoyar.
- Esa cartografía se puede cruzar con las estadísticas de empleo, pobreza, delincuencia o atención de la salud, y utilizarse para orientar mejor el apoyo y la acción en el futuro. Al igual que al decidir cualquier otro tipo inversión en la comunidad, un mejor mapeo y análisis aumentan la precisión.
- Este plan podría utilizarse para fundamentar marcos de planificación territorial que, con el tiempo, crearían más infraestructura cultural.

¿DE QUIÉN PODEMOS APRENDER?

- El Plan de Infraestructura Cultural de Londres ha cartografiado miles de espacios y lugares dedicados a la cultura, desde estudios de arte hasta estudios de grabación.⁷² Las empresas de promoción inmobiliaria lo utilizan para comprender mejor cómo proporcionar infraestructura comunitaria y se utiliza como una herramienta de datos para comprender mejor tendencias externas como el uso del transporte, la reducción de la delincuencia y la creación de empresas.
- Existen mapas similares en Berlín, Huntsville, Indianápolis, Amsterdam, Cardiff y París.
- Esto también puede apoyar la necesidad de presionar a favor del Principio del Agente de Cambio o “Agent of Change” en inglés (ver página 32).

5. CREAR PLANES DE PREPARACIÓN PARA EMERGENCIAS (PARA SALAS, EVENTOS O TODA LA CIUDAD)

¿CÓMO SE PUEDE HACER ESTO?

- Es imperativo que el rol de la música, el arte y la cultura –y la infraestructura necesaria para sostenerlo– se incluya en planes de sostenibilidad, de resistencia y de respuesta a desastres. Utilizando recursos que ya existen, como los planes de emergencia para salas elaborado por Performing Arts Readiness,⁷³ se puede desarrollar un marco para comprender los riesgos asociados al ecosistema de la música, el arte y la cultura, de modo que se puedan implementar mejores planes en las crisis que sucedan en el futuro.
- La incorporación de la música, las artes y la cultura en planes de resiliencia puede servir para apoyar mejores políticas que, con el tiempo, reducirán el impacto climático y cumplirán los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

- A pesar de la pandemia, el cambio climático sigue siendo nuestro reto mundial más importante. Desde la creación de salas y festivales más sostenibles (incluyendo el uso de energía, los residuos, el agua, el transporte público, la ecologización, la gestión de las cadenas de suministro), hasta el desarrollo de mejores formas de implicación comunitaria y de toma de decisiones participativa, si queremos crear marcos más equitativos y ciudades musicales y culturales más resilientes, tenemos que mejorar la planificación frente a desastres y la preparación ante emergencias.
- Resiliencia y sostenibilidad son palabras polifacéticas. En el contexto de la música, abarcan todo el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Creemos que las ciudades resilientes mantienen la equidad de género, pagan un salario digno, tienen planes de acción climática y crean alianzas para hacer frente a los desafíos colectivos. Cada sala, espacio o lugar tiene el potencial de contribuir a mejorar nuestro entorno urbano. Esto pone de relieve el valor de las colaboraciones entre el sector público y el privado. Estamos juntos y juntas en esto.

¿DE QUIÉN PODEMOS APRENDER?

- Majestic Collaborations es una de las organizaciones de preparación para emergencias más importantes en Estados Unidos.⁷⁴ Su plataforma, *The Art of Mass Gatherings*, puede ser usada como una plantilla en todas las ciudades: este modelo experiencial e inmersivo es el primero en utilizar los festivales de música como aulas de aprendizaje, dando un enfoque artístico en la preparación para emergencias y resiliencia. Las personas que organizan festivales tienen la habilidad de crear ciudades temporales con toda la infraestructura necesaria como agua, residuos, energía y estructuras. Cuando compartimos nuestras experiencias, promovemos los resultados seguros, sostenibles, accesibles y orientados a la comunidad de los eventos en nuestras comunidades. La participación de productoras de eventos, profesionales de la conservación, policía/fuego/ personal sanitario, parques, profesionales del desarrollo urbano, colectivos racializados, presentadores/as y artistas es primordial para consolidar este programa de preparación.
- El Fórum Universal de las Culturas y el informe de Julie's Bicycle “Tackling Climate Change Through Culture” (Abordar el cambio climático a través de la cultura) analizan cómo la cultura y la política sobre el cambio climático pueden combinarse de forma práctica para fomentar una infraestructura creativa resiliente y preparada para el futuro en las ciudades.⁷⁵
- Performing Arts Readiness y City of Denver Arts and Venues (la agencia de la ciudad y el condado de Denver para las artes y las salas) son líderes mundiales en planes y estrategias de preparación para emergencias. Performing Arts Readiness tiene una serie de recursos disponibles de forma gratuita en su web, en colaboración con la Fundación Andrew W. Mellon.⁷⁶



6. ASEGURARSE DE QUE EL LENGUAJE DE LA MÚSICA, LAS ARTES Y LA CULTURA ESTÉ INCLUIDO EN EL MARCO NORMATIVO

¿CÓMO SE PUEDE HACER ESTO?

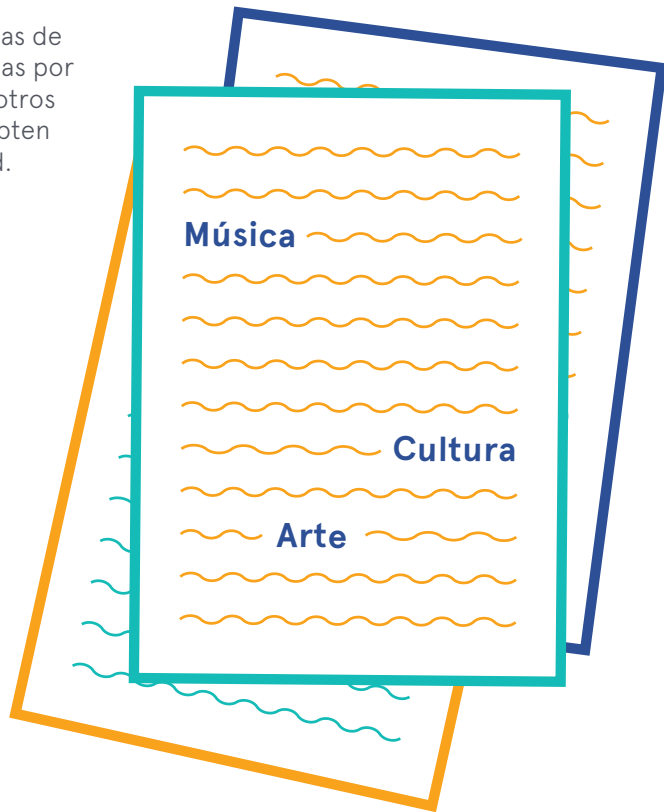
- Elaborando un sencillo marco de resolución para consejos y comités municipales, estatales, regionales o nacionales que defina qué es un ecosistema musical, cómo se relaciona con la gobernanza de la ciudad y establecer algunos apuntes básicos sobre cómo apoyarlo puede ayudar a concentrar inversiones y recursos en el futuro.
- Empieza por los hechos: la música, el arte y la cultura son claves para la salud económica, social y cultural de una ciudad. Describe, comenzando en términos generales y pasando a lo específico, cómo sucede esto. Asegúrate de que la equidad, la diversidad, la inclusión y la acción climática están incluidas. A menudo, la palabra "música" no figura en los estatutos de una ciudad salvo para regular la contaminación acústica.
- Preguntar a profesionales del desarrollo económico, crecimiento inclusivo, atracción de negocios y talento, planificación, licencias, turismo y salud ambiental.
- Consultar las plantillas de políticas desarrolladas por Sound Diplomacy u otros modelos que se adapten bien a tu comunidad.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

- Las ciudades tienden a referirse a la música solamente como "música en vivo". La música en vivo es importante, pero es sólo un elemento de un ecosistema musical. No existe en el vacío.
- Entender el papel de la música en la educación, la reducción del crimen, la salud y el bienestar, la planificación y la zonificación y las licencias para servir alcohol es tan importante como asegurar que una ciudad tenga una próspera escena de entretenimiento y música en vivo.
- Para ello, es necesario que estas palabras estén por escrito –acordadas y votadas– para definir lo que es un ecosistema musical (o artístico, o cultural) y cuál es su papel.

¿DE QUIÉN PODEMOS APRENDER?

- Desde la publicación del "Grassroots Music Venues Rescue Plan" en 2015 sobre el rescate a las salas de música en vivo de base, escrito por un grupo de trabajo creado por el alcalde de Londres, se han producido varios éxitos políticos en el Reino Unido. Varias organizaciones que formaron parte del grupo de trabajo del informe ayudaron a instituir el principio del "Agente de Cambio" en el Reino Unido (Music Venue Trust, Musicians Union, UK Music, BPI, Alcalde de Londres, Village Underground, 100 Club, etc.).⁷⁷
- El principio del "Agente del Cambio" enmarca que una persona o empresa (es decir, el agente) que introduce un nuevo uso del suelo es responsable de gestionar el impacto de ese cambio, para no afectar negativamente a la infraestructura existente.⁷⁸ Lo mismo ocurre si una sala desea abrir en un barrio residencial. Existe como ley en el Reino Unido, algunas partes de Australia y San Francisco. Por favor, consulta los apéndices para obtener más información.
- Los impuestos sobre la propiedad de las salas de música en vivo en Londres se han reducido. Se han destinado ayudas para apoyar a salas y a músicos/as de Londres.⁷⁹ Todo comenzó con un simple documento, escrito por un grupo de trabajo, definiendo lo que es una sala de música en vivo de base.⁸⁰ Sin la definición, no había manera de que estuviera protegida por la política. Al definirla, los responsables políticos pudieron debatirla como una pieza singular e identificable de infraestructura, diferente de los pubs, teatros o bares. Ahora el término "grassroots music venues" (salas de base) puede buscarse en Hansard, el registro público de los procedimientos parlamentarios en el Reino Unido.⁸¹



7. COMPROMÉTETE AL AGNOSTICISMO DE GÉNERO MUSICAL

¿CÓMO SE PUEDE HACER ESTO?

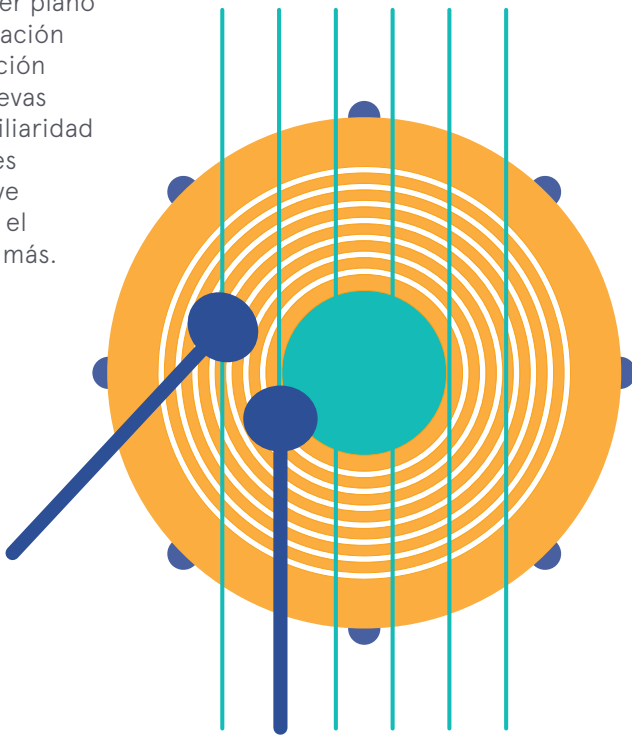
- La educación musical es un esfuerzo personal: las escuelas privadas y las familias eligen qué instrumentos y géneros musicales exponen a los niños y las niñas. Las ciudades deberían desarrollar plataformas coordinadas de comunicación y destinar recursos para destacar la amplitud de su música, que puede aprenderse y apreciarse. Las ayudas económicas han de priorizar a artistas de género no binario y a una diversidad de géneros musicales.
- Esto no significa que las orquestas se deban dejar de financiar, ya que sería contraproducente, pero se debe adoptar un enfoque más holístico y pan-género con las ayudas económicas que haya disponibles.
- Para cualquier evento, festival o conferencia que utilice fondos públicos para apoyar su programa de arte o entretenimiento, la organización deben ser incentivada a incluir la mayor cantidad de géneros musicales posibles. Esto debería seguir siendo una elección personal, pero una mayor promoción, esbozo y celebración de una amplia variedad de música y arte puede –con el tiempo– generar mayor aceptación.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

- Involucrar activamente al público en el hip-hop, el metal o el EDM, la música religiosa o tribal, por ejemplo, puede disminuir los estereotipos e ideas equivocadas relacionados con las culturas de las que proviene la música. Esto puede ayudar a unir a las comunidades.
- Aunque no sea a propósito, muchas veces la discriminación de género es presente en las formas de apoyo gubernamental a la música. Las formas tradicionales de educación musical predominan, por lo que participar en una orquesta o un coro puede ser la única introducción a la música fuera de casa para los niños y niñas. Esto está cambiando, pero una revisión generalizada de la política de educación musical que priorice la diversificación de géneros puede tener beneficios significativos desde el punto de vista cognitivo, social y emocional.
- Enseñar hip-hop a niños y niñas también les enseña movimiento, baile, coreografía y coordinación. La incorporación de equipos de DJ y música electrónica pone en primer plano la tecnología y la programación informática.⁸² Una exposición más temprana a cosas nuevas resulta en una mayor familiaridad y comodidad en diferentes disciplinas. Esto promueve la empatía, algo de lo que el mundo necesita cada vez más.

¿DE QUIÉN PODEMOS APRENDER?

- Knight Foundation y Little Giant Creative desarrollaron el primer Instituto para el emprendimiento del hip-hop en Filadelfia en 2017. El curso intensivo de nueve semanas ayudó a sus estudiantes a crear y registrar sus propios negocios.⁸³
- El Bronx, en la ciudad de Nueva York, está colaborando con un nuevo museo dedicado al hip-hop para crear una serie de programas comunitarios que presente los orígenes y la artesanía del género a los residentes del distrito. Estos tipos de programas comunitarios pueden ser repetidos.⁸⁴



8. PLANIFICAR Y DESARROLLAR UNA POLÍTICA DE ECONOMÍA NOCTURNA

¿CÓMO SE PUEDE HACER ESTO?

- Desarrollando una red de negocios locales que comercian principalmente de noche para formar una alianza de apoyo local. Esto puede hacerse creando una nueva página en el sitio web de la ciudad, pueblo, lugar o fundación en la que se esbocen algunos puntos clave: la economía nocturna se valora y no se olvida; todos los recursos disponibles para apoyarla en la actualidad están reunidos en un solo lugar; y, cuando comience la recuperación, el gobierno local estará más dispuesto a comprometerse positivamente con ella como sector y a reconocer su valor económico, social y cultural sin emociones ni opiniones.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

- Uno de los sectores más afectados por la crisis de COVID-19 es el de las empresas asociadas a la economía nocturna, nuestros bares, restaurantes, salas de música, discotecas y otros servicios de entretenimiento. Alrededor del mundo, las salas de música y los restaurantes se han visto obligados a cerrar. Muchos no volverán a abrir y millones de personas están y estarán sin trabajo debido a esto. Por consiguiente, tener un conocimiento completo de las regulaciones, políticas y ordenanzas relacionadas con estos negocios puede ser una herramienta sustancial para asegurar que se les proporcionen políticas de mayor apoyo después de la crisis.
- Sólo un puñado de ciudades de todo el mundo han establecido estructuras de gestión de la economía nocturna, ya sea a través de "alcaldes/esas nocturnos", gestores/as de la economía nocturna, o consejos nocturnos. Todas las ciudades tienen bares, restaurantes y salas de música. Es hora de tratar a las ciudades como "ciudades de 24 horas" en la política y ser proactivos/as en la participación positiva y activa, en lugar de ignorar o regular en exceso estos negocios esenciales y a sus empleados/as.

- Las empresas que comercian en la economía nocturna están proporcionando una serie de servicios clave durante la crisis. Desde operadores de locales musicales que crean hospitales temporales y unidades de triaje, hasta productoras de festivales y eventos que apoyan la logística de la atención médica.⁸⁵ Estas habilidades son transferibles y requieren una política municipal de apoyo, intencional y estructurada.

¿DE QUIÉN PODEMOS APRENDER?

- Varias ciudades cuentan con profesionales dedicados a la gestión, el apoyo y el desarrollo de la economía nocturna. Desde Orlando hasta Washington DC, desde Fort Lauderdale hasta Seattle, desde San Francisco hasta Iowa City, estas ciudades consideran la economía nocturna como un área que cada ciudad debe considerar, regular, investigar y establecer estrategias. Lo mismo ocurre en Europa y en todo el mundo. París, Mannheim, Zurich, Amsterdam, Groningen, Berlín, Sydney, Melbourne, Nueva Delhi, Tokio y Lviv tienen todas infraestructuras de economía nocturna. Un mapa de todas las ciudades que hacen esto está disponible en línea.⁸⁶

9. DESARROLLAR POLÍTICAS DE COMPENSACIÓN PARA ARTISTAS EN TODA LA CIUDAD, SERVICIOS DE MEDIACIÓN PARA EL SECTOR MUSICAL Y PROGRAMAS DE REMUNERACIÓN JUSTA

¿CÓMO SE PUEDE HACER ESTO?

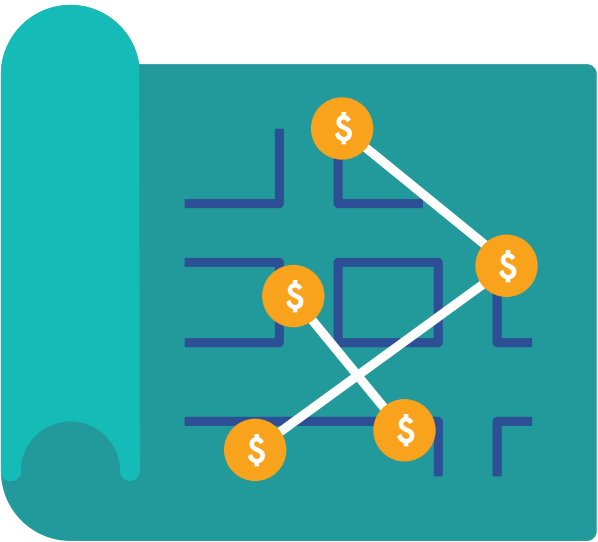
- Creando una política de compensación para los artistas, en la que se estipule que si hay alguna implicación fiscal pública –ya sea mediante la provisión de un espacio de propiedad pública o la concesión de una exención de impuestos o tasas– cualquier contenido (en directo, grabado) que se utilice será remunerado de forma justa.
- Creando una política que prohíba el aumento de precio sobre entradas revendidas para eventos organizados o vendidos dentro de los límites de la ciudad, de modo que cuando los eventos regresen, no se pague más que el precio de la entrada indicado por el artista y su equipo. Esto podría hacerse mediante la creación de una red de salas participantes, como una coalición en asociación con las empresas de venta de entradas y el gobierno municipal/regional.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

- La resiliencia en las comunidades musicales y culturales se crea desarrollando un modelo de consumo que se retroalimente, en el que a los artistas locales se les proporcionan nuevas oportunidades. Esto puede lograrse diversificando las convocatorias de murales y arte público en las ciudades con la finalidad de que más artistas locales puedan mostrar su arte. Se puede encargar a músicos/as locales que hagan lo mismo para las empresas locales mediante anuncios o iniciativas.

¿DE QUIÉN PODEMOS APRENDER?

- El Sindicato de Músicos del Reino Unido opera desde 2010 un programa y una red de salas del Reino Unido que ofrecen un pago equitativo a quienes tocan.⁸⁷
- El programa FanFair del Music Managers Forum ha reducido con éxito la venta ambulante o la reventa en salas colaboradoras del Reino Unido.⁸⁸
- El estado de Colorado creó un puesto de supervisor de música como prueba, que fue asignado al batería de DeVotchka Shawn King, centrado en crear colaboraciones entre músicos/as y empresas locales para que las empresas utilizaran música local en sus anuncios y materiales de marketing.⁸⁹ Esto creó una solución rentable para las empresas y la promoción de la música local, además de una nueva fuente de ingresos para artistas, todo ello manteniendo los ingresos en la comunidad. Esto podría aplicarse en cualquier sitio, con bases de datos más robustas y bibliotecas musicales que se utilicen para conectar a las empresas locales con música local.



PARTE 4

5.1 ¿A DÓNDE VAMOS DESDE AQUÍ?

Pues aquí estamos. Este manual crea un modelo en el que la música, el arte y la cultura son el principal motor económico, social y cultural de la recuperación urbana. Si todos estos ejemplos hubieran estado donde les corresponde antes de la crisis, podríamos decir que habría menos dificultades. Sin embargo, nos encontramos en una posición precaria.

Sólo el 27% de los encuestados a finales de abril dijeron que volverían a un concierto o festival (o a un partido deportivo) antes de que hubiese una vacuna.⁹⁰ En estos tiempos, en los que los presupuestos de la seguridad social se ven sometidos a una gran presión y las ciudades se están endeudando, es difícil que los gobiernos den prioridad o consideren a la música, el arte o la cultura, porque en tiempos de abundancia estos sectores eran secundarios, no sectores primarios de crecimiento económico. **Pero ahora es el mejor momento para tratar a la música de forma deliberada.**

Influenciar y alentar la creatividad es una de las formas más simples y efectivas de desarrollar el crecimiento económico. Dedicamos muchos recursos a la extracción de materiales del suelo para impulsar a la sociedad. Podríamos extraer más de nosotros y nosotras para hacer lo mismo. Cuanto más se implementa, más ganancia. Pero para sacar partido de esta oportunidad e iniciar una estrategia que pueda llevarnos de nuevo al crecimiento, debemos crear ciudades musicales y culturales más resilientes, políticamente comprometidas, humildes y equitativas. Debemos reconocer que, con el crecimiento

pasado, la desigualdad aumentó. Una mejor planificación hoy permitirá priorizar mejor los recursos, lo que es especialmente importante porque los recursos serán limitados durante algún tiempo. Y durante el proceso, no olvidemos nunca de lo dependemos en la crisis: del resto de personas.

Tomá estas ideas y analízalas. Probalas. Añadí cosas. Trabaja con nosotros para mejorar todas nuestras ciudades. Vamos a crear mejores ciudades musicales! #bettermusiccities.



Izquierda- Derecha:
imagen © f11photo/Adobe Stock
imagen © Ronny/Adobe Stock

5.2 CONCLUSIÓN

La pandemia global COVID-19 demuestra la necesidad de pensar en la música y la cultura de manera diferente. La resiliencia significa muchas cosas para muchas personas. Pero creemos que esto es cierto:

Si mejoramos nuestros ecosistemas de políticas y gobernanza;

Si creamos políticas proactivas, deliberadas e intencionales que sean verdaderamente equitativas;

Si tomamos medidas para involucrar a la música, el arte y la cultura en la elaboración de políticas, discursos y debates en nuestra comunidad;

Entonces mantendremos este valioso recurso del que todos y todas dependemos más que nunca.



SACAR
BELLEZA
DE ESTE CAOS,
ES VIRTUD.

Gustavo Cerati, 2009

La resiliencia significa
que nos preocupamos.
Preocuparse significa que
necesitamos hacer más.
Si hacemos más,
estaremos mejor,
dondequiera que estemos
y con la apariencia
que tengamos.



Nota de la imagen: En el sentido de las agujas del reloj:
Foto © snedorez/Adobe Stock
Foto © ODIN Daniel/Adobe Stock
Foto © bepsphoto/Adobe Stock
Foto © nagaets/Adobe Stock

REFERENCIAS

1

<https://www.citylab.com/life/2019/10/dave-grohl-foo-fighters-interview-grunge-music-scene-brand/601051/>

2

<https://www.theguardian.com/world/2020/apr/21/milan-seeks-to-prevent-post-crisis-return-of-traffic-pollution>

3

<https://nymag.com/intelligencer/2020/04/how-to-rethink-public-space-after-covid-19-start-with-tape.html>

4

<https://www.weforum.org/agenda/2020/04/covid-19-and-joy-in-times-of-crisis/>

5

Bloomberg (2020)

6

Organización Internacional del Trabajo (2020)

7

The Guardian (2020a)

8

Los sectores considerados de alto riesgo de perturbación son el alojamiento y actividades de servicio de comidas; fabricación; actividades inmobiliarias, comerciales y administrativas; y comercio mayorista y minorista, reparación de vehículos de motor y motocicletas.

9

ABC News (2019)

10

The Washington Post (2020)

11

Common Dreams (2020)

12

The Guardian (2020b)

13

The Guardian (2020c)

14

Frankfurter Allgemeine (2020)

15

McKinsey & Company (2020)

16

The Telegraph (2020)

17

The New York Times (2020)

18

Forbes (2020a)

19

Music Business Worldwide (2020a)

20

Live Musik Kommission (2020)

21

<https://www.theguardian.com/world/2020/apr/08/as-we-crave-the-return-of-our-cultural-life-arts-workers-and-organisations-are-being-left-behind>

22

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2020)

23

Ciudad de Detroit (2020), Federación Estadounidense de Músicos, Local 47 (2020)

24

Norddeutscher Rundfunk (2020)

25

Calculado a partir de la investigación interna de Sound Diplomacy.

26

Este término está tomado del asombroso libro de Arlie Hothschild, Extraños en su propia tierra. Este libro influyó en este informe y debería leerse.

27

<http://davidbyrne.com/explore/american-utopia/press/how-to-build-a-music-scene-according-to-david-byrne>

28

Para efectos de este informe, las industrias creativas incluyen la música, el arte, la danza, las artes escénicas, el cine y los medios mixtos. No incluye juegos, bibliotecas y museos; este informe requeriría más investigación si incluyera estos sectores. No sabemos lo suficiente sobre estos sectores como para comentar.

29

<https://eu.theadvertiser.com/story/news/2018/10/11/music-cities-convention-lafayette/1511432002/>

30

Citylab (2019a)

31

Citylab (2019b)

32

KVUE (2018)

33

Spectrum News (2019)

34

Trademarkia (2020)

35

Fox 17 (2019)

36

Curbed Austin (2020)

37

Deutsche Welle (2019)

38

Mic (2015)

39

Fortune (2019)

40

Princeton Economics (2020)

41

Recording Academy (2020)

42

Wired (2018)

43

Sound Diplomacy (2019)

44

Music Cities Network (2020)

45

Atlas Obscura (2020)

46

Depeche Mode Baar (2020)

47

Fox Business (2020)

48

Fox Business (2020)

49

Smash Seattle (2020), Health Alliance for Austin Musicians (2020)

50

Icenews (2017)

51

Shapiro, Shain (2020)

52

<https://www.loc.gov/rr/program/bib/newdeal/fmp.html>

53

KSHB Kansas City (2019)

54

<https://musicandmemory.org/> and <https://www.dhs.wisconsin.gov/music-memory/index.htm>

55

Crosscut (2020)

56

Culture Liverpool (2020)

57

Detroit Free Press (2020)

58

WWOZ (2020)

59

CNBC (2020)

60

World Economic Forum (2020)

61

Forbes (2020b)

62

Rolling Stone (2020)

63

Resident Advisor (2020)

64

Treefort Music Fest (2020)

65

Lawyer Drummer (2016)

66

Billboard (2019)

67

Para la declaración de conflicto de intereses, el autor es accionista en Unison -> www.unisonrights.com

68

Colorado Creative Industries (2018)

69

Zawya (2020)

70

Music Business Worldwide (2020b)

71

<http://www.smartcityexpo.com/en/home>

72

Greater London Authority (2019)

73

Performing Arts Readiness (2020)

74

Majestic Collaborations (2020)

75

Julie’s Bicycle (2019)

76

Performing Arts Readiness (2020)

77

El Principio del Agente de Cambio responsabiliza a la entidad que crea un cambio en un área por el impacto que este cambio puede tener en esa área. En el caso de música, por lo general el Agente del Cambio requiere que el edificio que aparece de último (ya sea el lugar de la música o el desarrollo residencial) esté insonorizado adecuadamente para evitar molestias y quejas, y / o para informar a los nuevos residentes que se mudan al lado de un lugar de música o dentro de un área de entretenimiento que impregna el ruido.

78

<https://www.womblebond dickinson.com/uk/insights/articles-and-briefings/agent-change-principle-new-revised-nppf>

79

<https://www.screendaily.com/news/london-mayor-sadiq-khan-launches-23m-culture-at-risk-fund/5149494.article>

80

https://www.london.gov.uk/sites/default/files/londons_grassroots_music_venues_-_rescue_plan_-_october_2015.pdf

81

<https://hansard.parliament.uk/search?searchTerm=%22grassroots%20music%20venues%22&partial=False>

82

<https://www.rollingstone.com/music/music-news/how-one-man-is-using-hip-hop-to-diversify-architecture-629922/>

83

Institute of Hip-Hop Entrepreneurship (2020)

84

Universal Hip Hop Museum (2020)

85

Los Angeles Times (2020)

86

Nighttime.org (2020)

87

Musicians’ Union (2020)

88

<http://fanfairalliance.org/have-your-say/>

89

The Denver Post (2016)

90

Reuters (2020)

INFORMACION REGISTRADA

© Sound Diplomacy

Sound Diplomacy
Londres, Berlín, Barcelona, Nueva Orleans, San Jose CR
+44 207 613 4271

www.sounddiplomacy.com

No se permite la reproducción o copia de este trabajo sin el consentimiento por escrito de los autores.

Este informe fue escrito por Shain Shapiro, PhD.

Varias personas contribuyeron a ello en un corto período de tiempo, incluyendo (sin ningún orden en particular):

Tara Tank, Rob C. Hain, Sherri McConnell, Matthew Kowal, Bryce Merrill, Duncan McKie, Azucena Mico, Katja Hermes, Frank Kimenai, Rob Challice, Paul Pacifico, Tom Huston, Chris Stelly, Molly North, Jesse Elliott, Jean Michael Schert , Greg Lawrence, Sly James, Joni Wickham, Chiara Badiali, Dominique Greco, Olaf Furniss, Lisa Gedgaudas, Dave Webster, Lucas Knoflach, Kayla Hain, Frank Kimenai, Keith Harris, Larry Leblanc, Jett Glozier, Whitney Ringen, Elizabeth Cawein, Michael Blair, Chris Bye, Colin Kendrick, Mark Davyd, Dennis Madsen, Tara Hernandez, Lewis Jamieson, Kaley Beisiegel, Laura Mueller, Daryl Friedman, Reid Wick, James Drury, Santiago Roberts y otros.

Gracias por todos los comentarios, conocimientos, edición nítida y pensamiento crítico. Todos estamos construyendo mejores ciudades musicales juntos.

Diseño, Artes e ilustración: www.aliceclarke.com



SOUND
DIPLOMACY

© Sound Diplomacy | www.sounddiplomacy.com
www.bettermusiccities.com | [#bettermusiccities](https://twitter.com/bettermusiccities)