

Conjeturar / Autoplacer - Grupo de trabajo

La música sumergida en estado de alarma



Autoplacer

Con la colaboración de:

CA2M  Centro de Arte Dos de Mayo
Comunidad de Madrid

La música sumergida en estado de alarma

Germen y planteamiento	3
Antecedentes y definición	4
Punto de partida	6
Metodología	8
Diagnóstico	11
Políticas para las músicas sumergidas	11
• Políticas generales	11
• Políticas territoriales	13
• Políticas laborales	14
Espacios para las músicas sumergidas	16
• Salas privadas	16
• Espacio doméstico	18
• Espacios “alternativos”	19
• Espacios públicos al aire libre	20
• Espacios institucionales	21
• Centros culturales municipales	22
• Espacios profesionales independientes	23
• Grandes festivales	24
Formatos para las músicas sumergidas	25
• Formatos digitales	25
• Formatos físicos	27
• Formatos presenciales	28
Recursos para las músicas sumergidas	29
• Recursos económicos	29
• Patrocinios	30
• Tiempo	31
• Formación, educación, asociacionismo	32
• Localización e internacionalización	34
Comunicación para las músicas sumergidas	35
• Estrategias digitales de comunicación	35
• Medios de comunicación	37
Los agentes de las músicas sumergidas	38
• Creadores	38
• Asociaciones y grupos de presión	39
• Instituciones	40
• Marcas	41
• Públicos	42
Conclusiones	44
Políticas para las músicas sumergidas	44
Espacios para las músicas sumergidas	48
Formatos para las músicas sumergidas	50
Recursos para las músicas sumergidas	52
Comunicación para las músicas sumergidas	55
Participantes	59

La música sumergida en estado de alarma

Germen y planteamiento

El grupo de trabajo “Autoplacer/Conjeturar” surge dentro del marco del Festival Autoplacer que cada año se celebra en el CA2M Centro de Arte Dos de Mayo con el objetivo de dar visibilidad a la parte más independiente del sector musical. Bajo la visión y el comisariado del colectivo organizador, el festival se ha autoproclamado como un refuerzo para grupos y proyectos musicales locales y nacionales a través de varias vías de acción, especialmente en la reivindicación de su inclusión en las instituciones culturales así como su promoción mediante un concurso anual de maquetas y programas de internacionalización. En cuanto a su calidad de asociación cultural, el colectivo defiende la autoedición y otros métodos de producción alternativos, como el DIY, la libre distribución y, en general, todas las estrategias de difusión ajenas a la industria establecida.

Tras la celebración del décimo aniversario del festival en 2019, la edición de 2020 pretendía abarcar una serie de cambios en una nueva fase en la que se revisarían ciertos aspectos. Estas transformaciones estaban a punto de coger forma cuando estalló la crisis de la COVID-19, causando un cambio de planes que no solo paralizaba la actividad, sino que además presentaba la urgencia de crear un nuevo planteamiento acorde con una situación que afectaba al total de la población.

Dentro de las propuestas que el colectivo creó junto al CA2M para este nuevo escenario, se encontraba la creación de un grupo de trabajo que analizara la situación de este subsector en concreto, sus problemáticas, sus carencias o sus oportunidades, en paralelo a las reivindicaciones generales de la industria. Dicho grupo tenía la intención de llegar a conclusiones que faciliten la subsistencia de esa franja de acción cultural, tan importante como cualquier otra: la de la base de la creación musical actual menos comercial.

Finalmente Autoplacer arranca con este proyecto a finales de noviembre del 2020 con el propósito de reunirse y hablar con varias personas que pudieran compartir las situaciones individuales y colectivas experimentadas a raíz de esta crisis y dentro de ese contexto particular. Para ello se propuso la confrontación directa con una serie de preguntas latentes en el sistema actual, antes de que se volvieran a perder o a difuminar dentro de la inercia habitual: ¿Qué ha pasado

exactamente con nuestros proyectos? ¿Qué papel tenemos en todo esto? ¿Qué necesitamos? ¿Qué debería cambiar por fin? ¿De quién dependeremos en el futuro? y, sobre todo, ¿cómo hemos llegado hasta aquí?

A lo largo de cuatro jornadas de cinco horas, el colectivo Autoplacer se reunió con un total de 17 profesionales y agentes relacionados con esta materia, en pequeños grupos con diferentes perfiles cada día. Entre ellos se encontraban creadores, productores y promotores, directores de sellos discográficos independientes, programadores, gestores culturales de instituciones públicas y privadas, y profesionales de comunicación especializada. Entre todos nos sumergimos en las particularidades que determinan la labor de los agentes de este subsector.

Antecedentes y definición

Para entender el ejercicio que proponía este grupo de trabajo, es necesario establecer el marco del que se desea hablar y, para ello, crear una definición aproximada del subsector en el que opera el colectivo Autoplacer/Sindicalistas, así como los agentes e instituciones con los que colabora.

Ahora mismo la música, desde su producción a su consumo, es un concepto tan variable y heterogéneo en sus componentes que es imposible de definir en su totalidad. En tanto a su condición de “industria”, esta disciplina artística puede parecer que ha encontrado unos mecanismos eficientes y unos procesos sólidos que se aplican de forma generalizada en el ámbito comercial, el llamado *mainstream*, heredero de la “radio fórmula” de la que se hablaba hace 20 años. Se trata de un mercado que (con muchas de las prácticas y formatos asentados desde la segunda mitad del siglo XX) ha conseguido mantenerse a flote incluso en un momento tan complicado como la crisis de la COVID-19.

Todos conocemos, al menos en parte, cuáles eran esos mecanismos: publicación y venta de discos, programación de conciertos, promoción constante a través de los medios de comunicación y publicidad, desarrollo de macrofestivales, una tradicional y singular gestión de los derechos de autor y la adhesión al patrocinio de marcas multinacionales.

La principal y más notoria transformación que sufrió fue la que trajo consigo Internet. Tanto es así que, actualmente, lo digital tiene un papel fundamental y una enorme influencia en todos los procesos relacionados



Manuel Moreno, Dani Cantó, Roberto Salas, Estrella Serrano, Mar Rojo, Andrea Galaxina y Patrizia Di Filippo, participantes de la primera jornada del grupo de trabajo..

con la creación en general, afectando desde la composición musical hasta a los hábitos de consumo.

Lo que fue aquella maquinaria perfectamente engrasada que iba de lo puramente discográfico hasta la experiencia de la música en vivo, y viceversa, se descompensó con una gran crisis en la que intervenían nuevos e inesperados agentes, como los servicios de piratería, los nuevos sistemas de distribución y de licencias, la posibilidad de escucha en tiempo real y la expansión de un mercado “abierto 24 hrs.”, entre muchos otros factores.

De manera muy resumida, la situación en este momento se identifica como un complejo sistema repleto de intermediarios, con falta de transparencia y monetización discutible. La suma de lo online con lo offline da como resultado un *establishment* multicanal que, habiendo superado con creces aquella transformación digital, trabaja con una maraña de procedimientos con grandes tensiones económicas y basados en la rentabilidad, el marketing y el cómputo de visualizaciones. Un escenario en el que al creador o creadora solo se le permite triunfar o fracasar.

El objeto del grupo de trabajo no era, ni por asomo, el análisis de esa industria ni la búsqueda de soluciones para su permanencia, ni siquiera su crítica, ya que una gran colectividad del llamado “sector de la música” ve todo esto como un entramado empresarial extraño e inaccesible. No comparte sus códigos, no maneja sus cuentas, no tiene su infraestructura legal, ni cuenta con el apoyo de los principales poderes o la protección institucional en forma de grandes contrataciones. Por eso, es preciso definir el subsector que encabeza este escrito.

El colectivo Autoplacer lleva sus 11 años de vida inmerso en un debate para rebautizar este subsector que en algún momento se ha dejado encasillar por el anglicismo (y comodín autocumplaciente) del “underground”, una idea que pierde significado si no va unida a la de “contracultura”. Por otro

lado, es importante recalcar que este sujeto, aunque sea “independiente”, no tiene nada que ver con lo “indie”, palabra que parece hacer alusión más a una estética que a otra cosa, ni por supuesto tampoco, “emergente”, una etiqueta que presupone que la totalidad de proyectos relacionados con la música de base deben crecer hasta ser aptos de entrar en la gran liga de la industria cultural y comercial.



Edu Giradiscos, Alberto González Pulido, Manuel Moreno, Roberto Salas, Adolfo Párraga, María Eguizabal y Elisa Pérez, participantes de la segunda jornada.

En concreto, esa etiqueta de “emergente” conlleva muchos problemas, y es que al entender que la obligación de cualquier grupo, pequeño festival o sello, es aspirar a crecer, florecer o sobresalir en el mercado, estamos aceptando la idea de que este subsector trabaja para ese “gran sector”, como laboratorio de pruebas o cantera, en el mejor de los casos, pero indudablemente bajo un régimen de sometimiento en una relación desigual. Ante esa supuesta necesidad de crecimiento desaforado, Autoplacer prefiere hablar de músicas sumergidas, entendidas como las desarrolladas en un ecosistema no dependiente.

Por lo tanto, aunque las lógicas de acción de esa denominada “industria” se expandan históricamente en estas músicas sumergidas, es necesario subrayar que los creadores y creadoras musicales desarrollan una actividad cultural importantísima en ámbitos no comercializados o no profesionales y que, como tal, precisan de un reconocimiento, un análisis, un diagnóstico y una protección que no dependan exclusivamente del baremo comercial.

Punto de partida

La crisis de la COVID-19 ha dejado al descubierto, tal como se dice también de otros sectores, la desprotección que sufren los creadores musicales y, con ellos, todos los agentes e iniciativas que les rodean. Un abandono que se acentúa más cuanto más emancipadas o minoritarias son las propuestas.

La realidad vista desde el subsector de las músicas sumergidas cuenta con lo que cuenta: recursos humildes, poca visibilidad, inexistentes ayudas institucionales, una limitadísima red de espacios (casi siempre privados) en los que ensayar producir o ejecutar su trabajo, alta tendencia a la precarización (y a la autoprecarización), escasa formación a nivel de derechos (de imagen, de reproducción, laborales), dependencia de ciertos patrocinios más o menos respetuosos (mayoritariamente de bebidas alcohólicas), falta de cultura asociacionista y un largo

etcétera de problemáticas. Sin embargo, todas estas carencias son inversamente proporcionales a su retorno a la sociedad en parámetros positivos como el enriquecimiento de la diversidad de la cultura local, la investigación y el desarrollo de prácticas creativas como el DIY, la renovación de los códigos sociales, su gran influencia en el resto de disciplinas artísticas o la constatación de la libertad de expresión.

Esto nos lleva a una especie de falacia que defiende que la música sumergida es así por una decisión propia, basada en esa independencia,



Jose Salas, Marcos García, Manuel Moreno, Sara Brito, Sonsoles Rodríguez, Roberto Salas, Adolfo Párraga y Estrella Serrano, participantes de la tercera jornada.

en su inexperiencia, su irresponsable inmadurez o para recalcar la falta de interés en la profesionalización de sus integrantes (como si solo hubiera una manera de entenderse a sí mismo como profesional). Esto, que se menciona continuamente como la gran responsabilidad que le toca al colectivo, solo es una etiqueta estigmatizante más, que viene a sumarse a toda la leyenda negra que rodea a este subsector vinculándolo al ruido, al desorden, la suciedad y los vicios más perversos.

Por si fuera poco, las instituciones culturales anteponen de forma generalizada otros tipos de música, en cuanto a “nichos”, estéticas o procedimientos, que sí suelen disfrutar de un halo de prestigio, avalados por lo académico o por la influencia de una progresía que solo ve cultura en estilos asentados como el flamenco, el jazz, la música tradicional o la conceptual.

Una vez analizada la situación, es bastante obvio que una crisis como la actual puede no solo hacer caer la raquítica estructura de la cultura musical española, sino también borrar por completo a toda una generación de creadores. Por ello, la principal reivindicación que encontramos es la de reclamar el espacio cultural, el reconocimiento y la protección del subsector de la música sumergida y sus agentes: creadores, sellos, técnicos, salas de conciertos, promotores y programadores independientes y, también, aunque sean la gran minoría, gestores culturales de instituciones afines y sensibles a este tipo de contenido.

Nuestros vecinos franceses ya pasaron por un debate similar en los años noventa. Aunque sepamos que es un disparate hacer cualquier comparación con Francia en materia de gestión cultural institucional, es interesante acudir a su experiencia, entre otras cosas, para dejar de pensar en esta sencilla reclamación como algo ingenuo, fuera de lugar o, directamente, utópico. En el caso francés los programas institucionales cuentan con una categoría denominada *musiques actuelles*, desvinculada de la industria y creada a partir de la voluntad civil de otorgar un reconocimiento a la “música amplificada”. Un concepto que se exten-

diende a toda práctica musical que suponga “una perspectiva de desarrollo cultural del territorio”. En el presente existen en Francia 89 espacios físicos oficiales para la creación de “músicas actuales”, además de diversas ayudas y convocatorias públicas específicas, cuyos recursos y presupuestos se destinan a la producción, difusión y apoyo de proyectos, tanto profesionales como *amateurs*, de géneros (tal como se cita en la página web del Ministerio de Cultura galo) como el rock, el pop, el electro o el rap.



Tommaso Marzocchini, Adolfo Párraga, Manuel Moreno, Francisco Meneses, Roberto Salas, Natalia Piñuel, Estrella Serrano y Gonzalo Sanz, participantes de la cuarta y última jornada.

De esta manera, la música sumergida, entendida como una práctica cultural más, pasa por encima de cálculos financieros, consideraciones gremiales, análisis de mercados, de alianzas históricas, etc., para reclamar su importancia desde un punto de vista artístico, con un valor genuino. De hecho, podemos concluir que el reconocimiento insitucional será el punto de partida que permitirá a este tipo de proyectos dejar de ser moneda de cambio para negocios como la hostelería, el turismo o el marketing y empezar a entablar con ellos nuevos procesos colaborativos más respetuosos, justos y sostenibles.

Metodología

El famoso diagrama *The History of the World* de Jeremy Deller que se expuso en el CA2M Centro de Arte Dos de Mayo en 2015, dentro de su exposición *El ideal infinitamente variable de lo popular*, muestra la relación entre las bandas de música del Reino Unido (algo así como las orquestas de los pueblos españoles), con el género electrónico del acid house. Esta vinculación se realiza a través de conexiones que mezclan conceptos musicales con políticos, sociales y económicos. Además de la reflexión que hace sobre la propia música, esta representación gráfica plantea también la transformación de todo un país que pasa de la era industrial a la postindustrial a lo largo del siglo XX. De este modo podemos seguir itinerarios de ideas asociadas que van desde las huelgas de los mineros al uso del espacio público, pasando por la privatización y el capitalismo avanzado hasta las raves y la existencia de bandas como KLF, Kraftwerk o Psychic TV.

En el momento de decidir la metodología para el grupo de trabajo “Conjeturar/Autoplacer” sobre la *Música sumergida en estado de alarma*, los miembros del colectivo Autoplacer/Sindicalistas pensaron que sería un punto de partida interesante proponer la elaboración de un mapa de ideas o “nubes”, similar al de Deller, que interconectara los conceptos que aparecieran a lo largo de las diferentes sesiones.



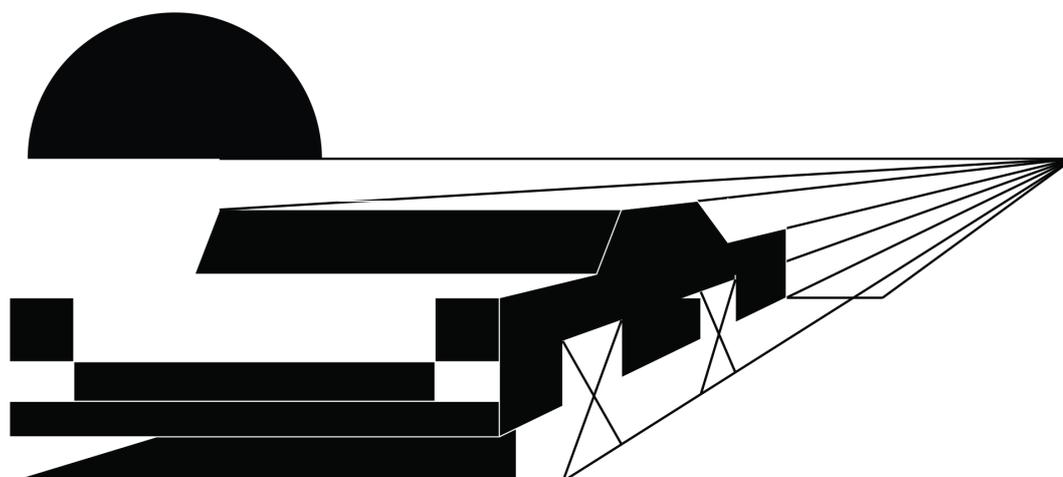
Imagen de la inauguración de la exposición Jeremy Deller. *El ideal infinitamente variable de lo popular* (CA2M, 2015) comisariada por Amanda de la Garza y Cuauhtémoc Medina.

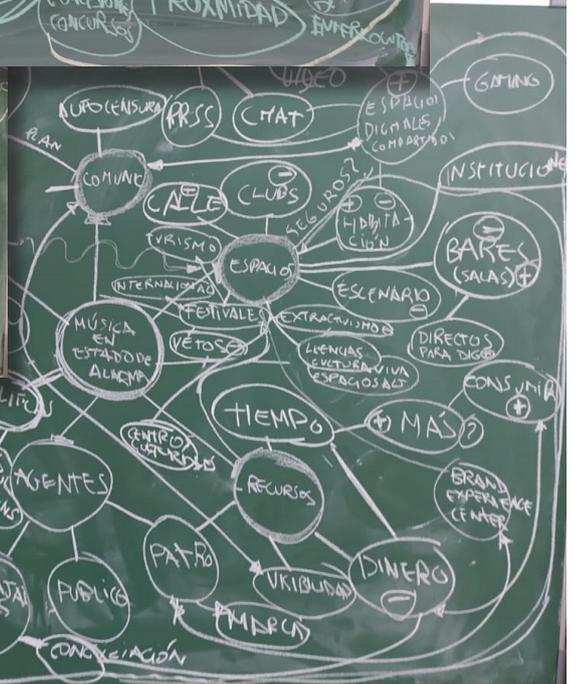
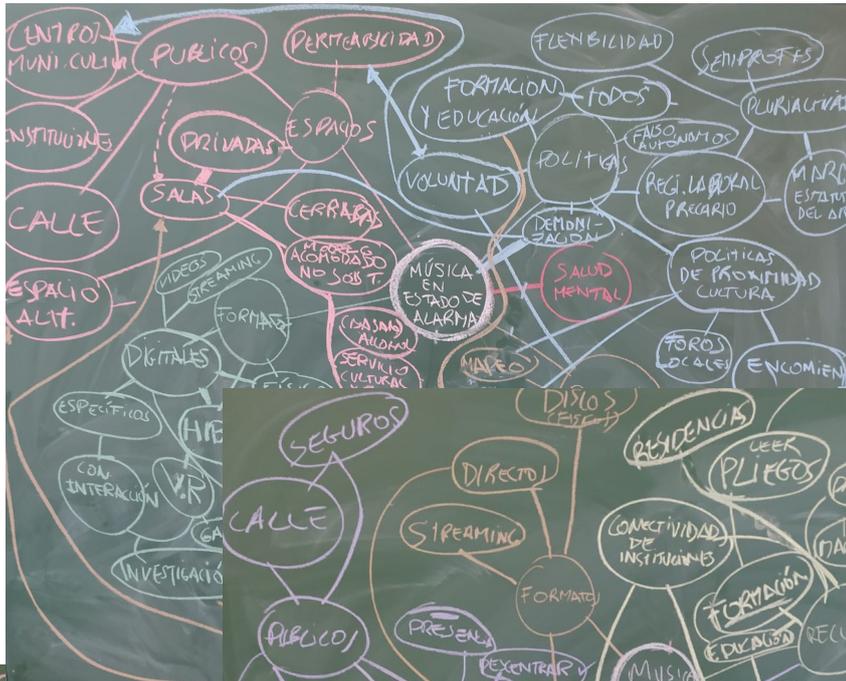
De esta manera, a partir de módulos de discusión variables y sin un orden establecido, podrían realizarse asociaciones abiertas en diferentes direcciones que atendieran no solo a conceptos estrictamente musicales sino que permitiera también la inclusión de otro tipo de ideas relacionadas a la repercusión, la incidencia o la categorización de los propios conceptos.

En cada una de las sesiones del grupo de trabajo, se utilizaron diagramas que fueron desarrollándose con las aportaciones de los participantes y, a partir de los conceptos y cuestiones aportados, se han extraído y sintetizado las categorías que dan lugar a la fase de diagnóstico del presente documento.

Esa primera parte se enfocó a enumerar, desde diferentes perspectivas, los problemas en los que se encuentra actualmente la música sumergida, así como posibles sus reivindicaciones. La segunda parte trató de las conclusiones obtenidas, con forma de propuestas concretas o de posibles soluciones, según el caso. En su totalidad, los conceptos e ideas que se tratan a continuación surgen en un ejercicio de reflexión posterior sobre la capacidad de los propios agentes de enunciar su situación y de identificar un léxico compartido.

Una vez reestructurados, estos términos se distribuyen en epígrafes que responden a las políticas, los espacios, los recursos, los agentes y la comunicación que se vinculan a la música sumergida, teniendo en cuenta que todos los apartados, tal como nos enseñó Deller, conforman un único sistema completamente interconectado.





Diagnóstico

Políticas para las músicas sumergidas

Políticas generales

La crisis de la COVID-19 ha acuciado la necesidad de políticas específicas.

Falta de protección a la cultura en general y a la creación musical contemporánea en particular.

Necesidad de políticas, ayudas, reconocimiento, protección, etc., específicos para las músicas actuales, así como instituciones especializadas.

Carencia de interlocutores más transversales y “menos sectoriales” para las reivindicaciones.

Mayor apoyo a la base de la creación musical en lugar de a los intermediarios o a los grandes festivales.

Los poderes públicos han relegado a un segundo o tercer plano su **obligación de facilitar y promover la creación cultural y su consumo** y, en particular, **la creación musical**. La falta de **medidas de protección** específicas y transparentes, anteriores a la crisis, ha dejado al descubierto la **precariedad del sector** y su **silenciamiento** en el diálogo político.

La **creación de plataformas** como [Alerta Roja Eventos](#) han surgido por la necesidad de las empresas dedicadas a los **eventos y espectáculos** de unirse y asociarse de la manera más amplia posible. Sus propuestas van dirigidas a los **Ministerios de Trabajo, Turismo y Cultura**, porque consideran que es un asunto transversal, sobre todo en lo que concierne a las reivindicaciones sobre **temas económicos y laborales**.

La **falta de regularización y empatía por el sector de la música** en general y de las músicas sumergidas en particular, unida a la **descoordinación entre administraciones e instituciones**, ha dejado a su suerte a la creación musical, que se venía manteniendo por **redes privadas**, por iniciativas de **colaboración independientes sin recursos** o, en el mejor de los casos, por **patrocinios**. En este sentido, la música sumergida ha sufrido una gran **dependencia de la hostelería**.

Modelos de gestión con gran apoyo institucional, como el de los **grandes festivales**, han propiciado el **extractivismo cultural**, la **sobreexplotación económica** de recursos, la **centralización** de propuestas y la **fagocitación de los tejidos locales**, abriendo un gran abanico de situaciones de precariedad y de malas prácticas no sostenibles.

Por otro lado, la **independencia de los espacios y modelos alternativos, horizontales y autogestionados** se ha visto especialmente mermada o, directamente, **perseguida y eliminada**. Se identifica la falta de facilidades para la existencia de **espacios**

Dependencia de la hostelería.

autogestionados con **ayudas institucionales** adaptadas a su realidad y a sus **particularidades legales, fiscales y sociales** o sus modelos participativos.

Permitir y promover de algún modo la existencia y la creación de espacios alternativos autogestionados.

La vinculación constante de la música sumergida con el **ocio no regulado**, el **ruido** o los **malos hábitos** facilita la **demonización** de la música sumergida y, por tanto, la **obstaculización** de sus fines culturales y sociales.

Mayor reconocimiento oficial para combatir la demonización de la música sumergida.

Existe un **marco legal desfavorable** para la **profesionalización** de la música y, en ciertos ámbitos administrativos, **la profesionalización es la única vía para la recepción de ayudas**.

Se considera como una gran **carencia política la falta de regularización de las plataformas digitales** y de *streaming*, en particular de modelos como Spotify.

Ayudas solo enfocadas a profesionales, pero con un marco legal muy desfavorable para la profesionalización.

La **falta de protección e independencia** de la música sumergida la sitúa como herramienta del *mainstream* y su industria en un plano de **inferioridad**. A su vez, el interés de la industria por realizar un **blanqueamiento** en términos de renovación, libertad creativa, etc., **instrumentaliza y daña** los tejidos locales y alternativos.

Existe una gran **falta de reconocimiento, olvido y desatención** por parte de la administración de la música **popular contemporánea** y, dentro de esta, de la sumergida.

Falta de regularización de las plataformas digitales.

Por ello, se hace de vital importancia la creación de alguna categoría que **contemple su existencia** y **asegure su subsistencia** como **capital cultural**, tal como se hace en Francia a través de las denominadas **músicas actuales**, con **políticas específicas**.

La inexistencia de **políticas específicas** para la creación, el desarrollo y el consumo de música contemporánea ajena al *mainstream* y a los canales tradicionales de la industria se une a la **falta de instituciones específicas en este sector**, como las hay en otras disciplinas culturales.

Estas instituciones facilitarían líneas de creación, producción y difusión del sustrato musical nacional y podrían **centralizar ayudas, recursos, políticas y lenguajes específicos**.

Del mismo modo, encontramos una absoluta carencia de **campañas de educación y participación cultural** así como de **sensibilización hacia el sector** por gran parte de las administraciones.

Falta de conexión interinstitucional y **barreras burocráticas** para ofrecer apoyo a nuevos proyectos culturales o para la restauración de otros proyectos, tal como se ve en el caso de la **Nave de Música de Matadero**, que, contando en ocasiones con voluntad política, se ha encontrado con problemas administrativos, de urbanismo o jurídicos.

Políticas territoriales

La carencia de políticas culturales de proximidad se pone de manifiesto en momentos de confinamiento perimetral.

Olvido sistemático de la integración de las músicas sumergidas en las instituciones locales.

Carencia de recursos y facilidades municipales y regionales para la existencia y subsistencia de proyectos de música sumergida.

Necesidad de políticas de proximidad participativas.

Revisión de los sistemas de licencias para música en vivo.

Se necesita una **revisión de las ordenanzas municipales** para adaptar las **licencias de música en vivo** a las múltiples realidades del sector y sus necesidades, especialmente en tiempo de pandemia. **Falta de flexibilidad y lentitud** en comparación con otros tipos de licencias.

Falta de voluntad política para la creación de otras vías de apoyo, como la **creación, cesión o facilitación de locales de ensayo** y espacios para la creación musical. Se identifica una **gestión pésima de los locales de ensayo municipales** en cuanto a sus condiciones de acceso y uso para la realidad de los proyectos musicales locales.

La falta de **políticas participativas y de proximidad** unida a la crisis por la COVID-19 ha producido una gran disminución en el sector cultural de base. En el caso de la música sumergida estas prácticas políticas podrían garantizar la **creación, producción y difusión de música local** entre sus prioridades.

De esta manera se promovería una **descentralización necesaria** para su **sostenibilidad** a la vez que una mayor **independencia creativa**.

Políticas laborales

Con la pandemia ha quedado, todavía más claro, la falta de regularización en materia laboral que necesita el sector de la música.

Remodelación urgente y general del sistema de autónomos. Más ayudas y facilidades como en otros países.

Falta de políticas laborales flexibles que se adapten a las necesidades de los proyectos de música sumergida.

Urgencia en la aprobación del Estatuto del Artista.

Reducción del IVA cultural en todas las disciplinas, equiparar la música a las que ya tienen esa reducción.

Mayor facilidad de contratación por parte de las instituciones,

Existe la necesidad de un marco laboral amplio que contemple las particularidades de los **músicos no profesionales** o **semiprofesionales**, además de su **periodicidad**, **intermitencia**, falta de recursos y reconocimiento, etc.

Desde antes de la crisis de la COVID-19, se viene mostrando la necesidad urgente de **ayudas para la cotización**. Del mismo modo, la revisión del régimen actual profesional que aglutina en un mismo epígrafe a **artistas y toreros**, que reconozca la temporalidad, la periodicidad e intermitencia del trabajo del creador musical e incluso la posibilidad de compatibilizarlo con otras categorías profesionales. Muchos de estos factores específicos ya están incluidos en las propuestas del [Estatuto del Artista](#). sin embargo, el documento no se acerca a cuestiones que no sean estrictamente profesionales y, en general, con escasa presencia de la música.

La [reducción del IVA](#) al 4% en todos los niveles de la creación musical contemporánea, del mismo modo que **otras industrias culturales** lo han conseguido, generaría mayor independencia, así como una pequeña vía de mejora en cuanto al modelo laboral actual.

A esto se le suma la falta de **formación específica en los gestores culturales institucionales**, así como falta de herramientas administrativas para el apoyo a este tipo de contenidos cuando hay voluntad.

Por un lado, existe una falta de coherencia con las diferentes realidades y necesidades del sector en la [Ley de Contratación del Sector Público](#). Por otro lado, se ven **grandes dificultades administrativas** para muchos agentes del sector para acceder a **concursos públicos**. Poca **seguridad**, **desconocimiento legal**, **plazos mal gestionados** o ficticios para favorecer a grandes empresas continuistas y poco sensibles a la creación y producción alternativa.

revisión de la Ley de Contratación del Sector Público.

Gestión sospechosa de los criterios de los concursos públicos en cultura, inaccesible para proyectos realmente sostenibles y comprometidos con la música sumergida.

Por su parte las **empresas** de la industria que trabajan con contenidos de música sumergida, han podido contar con diferentes [mecanismos para su subsistencia](#) según su comunidad autónoma, pero se identifica una fragmentación de medidas según el ámbito territorial.

Mayor información legal sobre el **tipo de contratación (mercantil o laboral)**, y las diferentes implicaciones, indicios de [relación laboral](#) (y detección de posibles abusos).

Aunque se ha creado un tipo de [prestación específica para artistas](#), la gran mayoría de los agentes de la música sumergida, no pueden acceder a ella al **no poder justificar una actividad mínima de 20 días**, por la que tendrían derecho a 120 días de prestación.



Espacios para las músicas sumergidas

Salas privadas

La supervivencia y la viabilidad de las salas en la pandemia es fundamental para la música sumergida aunque se necesitan modelos más sostenibles.

La situación de las salas es especialmente preocupante, muchas de ellas han cerrado y varias de las que se mantienen no resultan rentables adaptando las medidas COVID.

Con la nueva situación se arriesga menos en las programaciones para asegurar el “lleno” y tener rentabilidad.

Algunas salas de conciertos han retomado parte de su actividad con programaciones adaptadas, en las que cuentan con proyectos pequeños y locales y en ocasiones con formatos híbridos presencial/digital.

Las salas se están adaptando a las diferentes **medidas de seguridad sanitaria**. Aunque no todas se lo han podido permitir, muchas de ellas han realizado grandes **esfuerzos e inversiones económicas** con el fin de ajustarse a las medidas sanitarias y **permitir los aforos** y han habilitado equipos para la retransmisión de las actuaciones vía **streaming**.

La totalidad de las salas han tenido que **cancelar su programación, cerrar e interrumpir sus acuerdos con los programadores**. Una vez relajado el confinamiento, algunas han conseguido realizar formatos con **aforos mínimos no rentables** para la sala o **híbridos** que combinan **público presencial y digital**.

Las salas que han recuperado parte de su actividad de música en vivo lo ha hecho gracias a **bandas locales**, debido a las **restricciones de movilidad**.

Por otro lado, las salas no han podido mantener vías de **programación más experimentales o alternativas**, ya que para que las actuaciones sean el máximo rentables necesitan **grupos o proyectos ya establecidos** con gran **poder de convocatoria**.

Las salas que acogían **festivales multisede**, también han dejado de recibir esa programación.

Se precisa realizar **cambios estructurales** en su modelo de programación como **agentes culturales activos**, encontrar **nuevas formas** que no dependan exclusivamente del **suministro de alcohol** y de las normativas y ordenanzas de la **hostelería**.

El modelo de **contratación y los acuerdos laborales** de los programadores y los propios creadores con las salas ha sido en muchos casos **injusto** y únicamente basados en la **rentabilidad económica** y no tanto en su responsabilidad como agente

Ha decaído la percepción de las salas de conciertos como agentes culturales activos con una responsabilidad respecto a la escena.

La dependencia de los alquileres, las normativas y los procesos de la hostelería, así como de la venta de alcohol dificultan el activismo para con la música sumergida.

Las salas han reclamado sus derechos a través de iniciativas que ya existían de antes como ACCES o LNV, desde un punto de vista más sectorial que transversal.

A las restricciones se tiene que sumar la persecución del ocio nocturno a través de la demonización y el acoso legal.

cultural activo. Del mismo modo, las salas no han ofrecido ni facilitado, generalmente, **contrataciones seguras**.

Se presupone que la experiencia del cierre por la crisis de la COVID-19 traiga consigo **nuevos modelos de acuerdos, más justos para todas las partes y por lo tanto más sostenibles**.

Las **discotecas** y los clubs que programan **música de baile** se encuentran especialmente perjudicados también por los **horarios** y las **restricciones sobre la propia actividad del baile en la crisis de la COVID-19**, a lo que hay que sumar la **persecución sistemática** que sufre el **ocio nocturno** desde hace tiempo a través de **normativas y ordenanzas municipales**, o la [Ley del Ruido](#), que antepone el derecho al descanso de los vecinos a la actividad cultural.

Por su parte, los **teatros y auditorios privados** al no estar sujetos a las prácticas de la hostelería ni estar vinculados con el ocio, han tenido más oportunidades de adaptarse a la situación de la COVID-19 **limitando sus aforos** y asumiendo las **medidas sanitarias y de seguridad**.

Sin embargo, también es cierto que al depender de la venta de entradas hay muchos que no han podido ni siquiera abrir sus puertas. La **inversión** tan grande que suponía y la **reducción de aforos** no les permitía cubrir gastos de producción. Algunos hasta han cerrado definitivamente como el [Pavón Teatro Kamikaze](#).

Es necesario un **reajuste real de los aforos** y las restricciones por la COVID-19 coherente con el **ratio de contagios** ocurridos en eventos musicales, que se ha visto que es muy bajo según algunos estudios.

Por otro lado, se debería estudiar la **eficacia** de **experimentos de test rápidos** a la entrada de los conciertos, así como su viabilidad económica, para considerarlo como una medida positiva y rentable para la música sumergida.

Espacio doméstico

El confinamiento ha traído la creación de comunidades online, pero pone en riesgo otras prácticas colectivas.

La proliferación de espacios digitales, plataformas, Redes Sociales, etc., afianza el consumo en solitario de música sumergida en el ámbito privado.

Durante el **confinamiento** por la crisis de la COVID-19, los **hogares particulares** han sido uno de los espacios más importantes para la **creación musical y su difusión** a través de las **Redes Sociales** o las plataformas de **streaming**.

La crisis de la COVID-19 ha fortalecido la creación de **espacios domésticos interconectados**, lo que a su vez ha favorecido **prácticas independientes de creación, autoedición y métodos alternativos de difusión**.

Sin embargo, la **acotación** de la **creación y del consumo musical** al ámbito doméstico trae consigo una **limitación de recursos técnicos** así como de las **prácticas colectivas**.

A lo anterior hay que sumar las problemáticas que ya se han visto en el **teletrabajo** en otras áreas: dónde termina la **vida laboral** y empieza la **vida privada**, etc.

Espacios “alternativos”

Los espacios que no se rigen por la normativa y los procesos de la hostelería tienen todavía más problemas para su subsistencia.

La demonización de los espacios alternativos autogestionados es todavía mayor que la de las salas.

Estos espacios ya estaban desapareciendo antes de la pandemia.

Los **espacios alternativos**, ya sean estos establecidos como **asociaciones culturales u otros modelos** que difieren de la gestión de las salas privadas, han tenido enormes **dificultades** desde mucho antes de la pandemia para llevar a cabo sus programaciones musicales.

Sin embargo, estos espacios suelen ser **ejemplares** en cuanto a **prácticas responsables, justas y sostenibles**, aunque al correr con el riesgo de **la autogestión y la autofinanciación** no son sostenibles en muchas ocasiones.

Se identifica también la necesidad de **creación de nuevos espacios híbridos** que no sean propiamente salas de conciertos y ayudas y facilidades a través de licencias, etc. a espacios mixtos como, por ejemplo, **galerías de arte que estén abiertas a programaciones de este tipo**.

Para la **subsistencia** y el **desarrollo de nuevos proyectos autogestionados** se necesita un **marco legal** que reconozca que puede haber este tipo de espacios, que son una alternativa y cantera para las salas y el resto de la industria.

Espacios públicos al aire libre

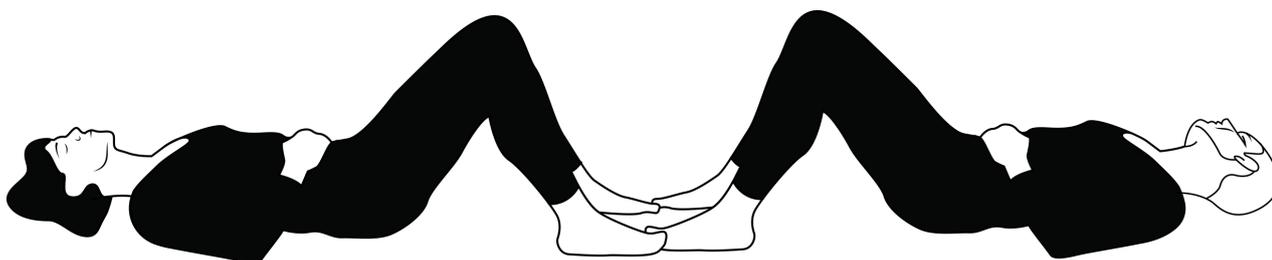
No existen facilidades para aprovechar los espacios públicos al aire libre a pesar de ser los más idóneos durante la pandemia.

La programación musical al aire libre no es una alternativa realista debido a todas las dificultades administrativas.

Los espacios al **aire libre**, como **parques, auditorios, instalaciones deportivas, etc.** podrían haber significado una solución provisional si hubieran sido **cedidos** para la **creación de actividades musicales**, con las medidas de seguridad y sanidad necesarias.

En general, desde las distintas administraciones, debería existir la **voluntad de facilitar** el desarrollo de **proyectos independientes** y autogestionados en la **vía pública**, un espacio **prácticamente exclusivo** para acciones de **marcas comerciales**.

En plena crisis por la COVID-19 y por la dificultad de gestionar los espacios institucionales cerrados, **las plazas y las calles** también pueden ser espacios susceptibles de acoger **programación musical local pública y privada**, además haciendo **partícipes** de las experiencias a las **salas, los bares y locales comerciales** de cada lugar, promoviendo las **propuestas colaborativas locales**.



Espacios institucionales

Falta de posicionamiento y sensibilidad en las instituciones culturales respecto a la música sumergida.

Las instituciones, por norma general, no son tampoco la alternativa a las salas o a los espacios autogestionados.

Las músicas “no cultas” no forman parte de las programaciones habituales de las instituciones, en comparación con el resto de disciplinas artísticas.

Por otro lado, es peligroso que las instituciones asuman el total de la programación.

Las instituciones, sin embargo, sí podrían colaborar de forma más directa con los circuitos sumergidos ya establecidos con algún tipo de programación o recursos.

La asombrosa **carencia de instituciones específicas** para la creación, producción y difusión de músicas actuales, contemporáneas y no vinculadas al *establishment* y a la industria (es decir cualquier música no clásica o denominada culta), hace que la **programación musical** sea vista como **ornamental** para las programaciones de **instituciones dedicadas a las artes plásticas o audiovisuales**.

Por otro lado, al ser espacios con más facilidades de adaptación para realizar conciertos en muchos casos, la actividad de las instituciones en materia musical ha sido vista como una **posible competencia desleal** para con las **salas privadas**.

En general, existe la opinión de que es **peligroso** que toda la programación musical esté en manos de las instituciones, espacios más susceptibles, por sus recursos, de **adaptarse a nuevas normativas sin la presión de la venta de entradas** ni el retorno económico. Además con programadores, en muchas ocasiones, que **no son profesionales** del mundo de la música.

Por otro lado, la institución sí debería ejercer la responsabilidad de dar cabida a **proyectos minoritarios o experimentales** que no pueden acceder al circuito de salas privadas.

Existen algunos proyectos en centros públicos, como el Programa [Ciudad Bailar](#) · Exagerar (2020 – 2021) de Massimiliano Casu y Carlos López Carrasco, impulsado por Intermediae Matadero, enfocados a la **defensa de la actividad del baile** y de sus músicas con **problemáticas y reivindicaciones concretas**.

Por otra parte, las **cesiones de espacios institucionales** para programación externa o colaboraciones con los proyectos independientes del tejido cultural local son **escasas y problemáticas**. La cesión de espacios siempre debería ir acompañada de **recursos técnicos, de sanidad y seguridad, limpieza, etc.**, y **coproducción económica**. Ya que en muchas ocasiones la cesión del espacio ha supuesto casi más un gasto que un recurso para los programadores.

Muchas de estas instituciones sufren, además, la **obstaculización de la propia administración** o, al menos, la enorme **falta de conexión** entre departamentos, ministerios, otras **instituciones** y **recursos generales** de la administración.

Centros culturales municipales

Estos espacios merecen una mención aparte durante la crisis de la COVID-19, ya que podrían ser un gran recurso para la subsistencia de la música sumergida a nivel local.

La práctica desaparición de la actividad cultural en los distritos se ha notado especialmente en momentos de confinamiento perimetral.

La falta de permeabilidad y compromiso local hacen que estos espacios no resulten una alternativa real para la música sumergida.

En paralelo a los espacios de las grandes instituciones culturales se **cuestiona el uso, la función y la gestión de los centros culturales** de los diferentes distritos, a nivel **municipal**, pero también en la **Comunidad** de Madrid.

Espacios **infrautilizados**, con **pocos recursos** para los gestores institucionales que, en muchos casos, **no son profesionales** de la cultura.

Estos espacios, tal como se ha intentado en diferentes ocasiones, deberían ser los **receptores y promotores de la cultura musical de base**, abiertos a la **programación**, en este caso, de conciertos regulares de los grupos o proyectos musicales de cada barrio.

En los casos en los que se consigue participar de estos **centros públicos** se ha identificado una **carencia de medios, dificultades** en todos los niveles ejecutivos y **falta de transparencia o mala gestión** en dotaciones **técnicas, materiales, inventariación o almacenaje**, debido a una especie de despreocupación general.

En paralelo, algunos de estos espacios sí han formado parte, como **sedes**, de programas musicales de descarado **contenido comercial que no atienden a la escena local**.

Por otro lado estos espacios no cuentan con una **comunicación eficaz** de su programación y la información a la que se accede por Internet es mínima.

Espacios profesionales independientes
*Los estudios de grabación y los locales de ensayo
han tenido y tendrán una gran importancia
en la subsistencia de la música sumergida.*

La actividad de los estudios de grabación habilitados con las medidas sanitarias ha crecido en consonancia con la sobreproducción de música digital.

Los locales de ensayo también han sufrido las restricciones durante el confinamiento. Sin embargo, funcionan como uno de los principales lugares de encuentro para los agentes de la música sumergida.

Una parte **importante** del circuito de la creación musical, su producción y su difusión son los **espacios profesionales independientes** que ofrecen servicios para los proyectos musicales. Además funcionan como laboratorios abiertos a la **creación colectiva** y un importante **refuerzo de la comunidad musical**, a la que le aporta **solidez, conocimiento práctico y concienciación** de la escena.

Ante la práctica inexistencia de alternativas públicas, estos espacios deberían ser reconocidos como **espacios de creación cultural** y optar a **ayudas** de diferentes niveles, pero especialmente a las destinadas a la **producción, la formación y la profesionalización**.

Locales de ensayos municipales públicos escasos y con gestión disuasoria con varias **dificultades** para los proyectos musicales: horarios, barrera de burocracia y **falta de conexión** con la realidad necesaria.

Grandes festivales

La imposibilidad de realizar eventos masivos en época de pandemia ha obligado a los grandes festivales a cancelar o a aplazar sus fechas, sin embargo, no parece que vayan a aparcar los modelos no sostenibles para con la música sumergida.

La mayoría de los grandes festivales no son considerados como una práctica positiva para la música sumergida en general.

Los macrofestivales reflejan un sistema de crecimiento constante que es cada vez menos respetuoso con la música de base y las escenas locales.

Muy pocos festivales cuentan con procesos de inclusión de las músicas sumergidas a través de convocatorias o concursos.

Los macrofestivales han sido, sin lugar a dudas, uno de los **formatos más castigados** durante todo el año. El principal problema que se se han encontrado, aparte de los **aplazamientos generales** y las posteriores **cancelaciones**, ha sido la readaptación a las **medidas sanitarias** de **grandes espacios** al aire libre para grandes **multitudes**.

La **reducción de aforo** ha hecho inviable su **desarrollo y rentabilidad**, prácticamente de manera general, por lo que en muchos casos optaron por un aplazamiento consistente en **replicar el cartel de 2020 en 2021**, exactamente igual, creando un **dilema de base** que es el no permitir la **rotación de grupos y proyectos nuevos** en un espacio de dos años.

Por otro lado, muchos de los festivales ya tienen un gran porcentaje de **entradas vendidas** para su próxima edición, y muchos de ellos han conseguido el **compromiso de continuidad** y apoyo para el 2021 por parte de los **patrocinadores**, especialmente de **alcohol** y de los **Ayuntamientos** dentro de sus planes de promoción del **turismo**.

La opinión general de los agentes de la música sumergida sitúa a los grandes festivales como proyectos **sobreprogramados, sobrefinanciados** y **multiplicados por todo el territorio**, con un **modelo extractivista** que **fagocita** ineludiblemente las **escenas locales**.

Sin embargo, también existe un interés en que subsistan de una manera **más comprometida** con el resto de proyectos existentes que podría **incluso encabezar** la creación de un **ecosistema** más **respetuoso** con todos los **agentes locales**.

El modelo de **crecimiento continuo** no es sostenible y además **perjudica a los proyectos musicales** que no forman parte de “las cabezas” de los carteles. Cuanto **más programación, menor visibilidad** y mayor situación de **competencia interna**.

Diagnóstico

Formatos para las músicas sumergidas

Formatos digitales

La pandemia ha evidenciado los abusos de las plataformas de contenidos digitales, que precisan de una mayor transparencia y regularización.

Por un lado existe una sobreproducción de contenidos digitales en general, incluyendo los musicales.

Por otro lado, los formatos digitales de música en directo vía *streaming* no han resultado ser ninguna alternativa real.

El intento de replicar la experiencia presencial no ha funcionado.

La experiencia digital no sustituye a la presencial, por lo que necesita su propio desarrollo en términos de lenguaje online.

Los formatos de **conciertos en *streaming*** han adoptado diferentes estrategias y transformaciones en un periodo muy breve de tiempo. Desde propuestas que tratan de **replicar la experiencia presencial**, a otras en las que lo que se intenta recrear con diferentes **niveles de experiencia e interacción** con el artista, pasando por **formatos híbridos unidos a las artes visuales**, o con la incorporación de contenidos extras o más **experimentales**, incluyendo la **gamificación** u otros tipos de **interactividad** del usuario, por ejemplo.

Cada uno de todos estos tipos de nuevas propuestas deberían ser susceptibles de recibir un análisis sobre su **viabilidad, sostenibilidad, monetización y respeto por las prácticas justas e inclusivas**, así como su adhesión a la defensa de los **derechos de los creadores en materia laboral, de imagen o de propiedad intelectual**.

La experiencia del *streaming* ha creado y/o mantenido **comunidades online activas**, que han interactuado con los contenidos y con los artistas. Las Redes Sociales se consolidan como **canales de prescripción y difusión**.

En cualquier caso, el consumo de música en directo a través del *streaming* no se ha consolidado tampoco en el gran público, algunos grandes conciertos como el de Nick Cave no llegaron a las 200 entradas vendidas en España. Se comprueba una **gran diferencia entre estos y otros contenidos audiovisuales online**, como los ofrecidos por Netflix.

Los formatos de música en directo vía *streaming* que más y mejor han funcionado han sido los que más interacción permiten, pero en particular, los realizados por proyectos que ya cuentan con **comunidades online más activas**.

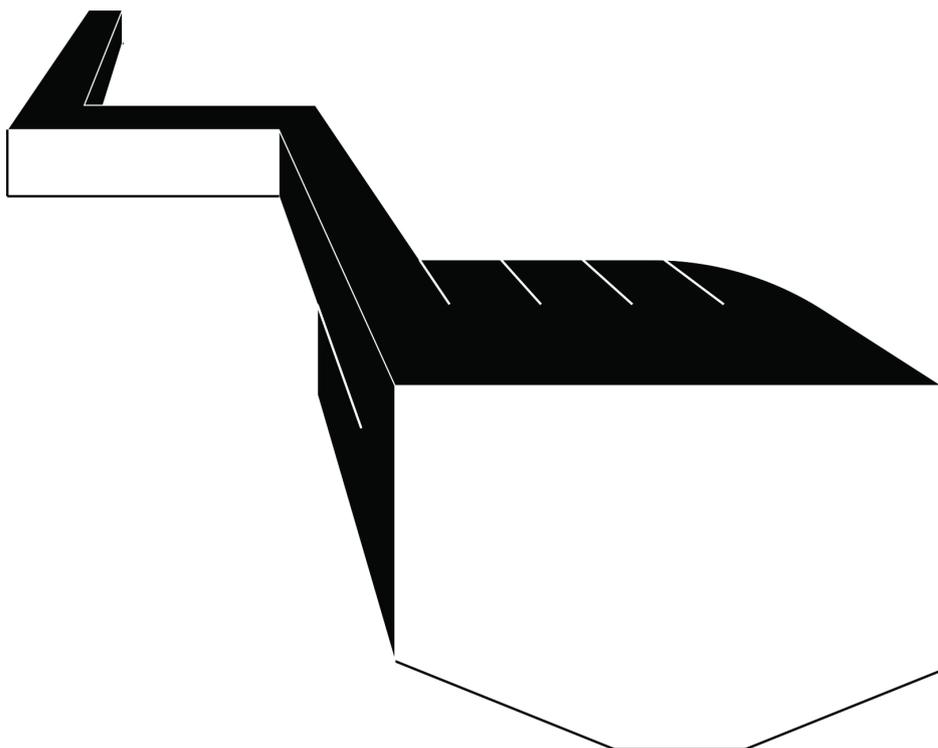
En cuanto a la participación de las instituciones, no ha habido ayudas concretas a la producción musical en formatos digitales, tal como las ha habido en otras disciplinas (como la creación audiovisual).

La cuarentena ha permitido a toda una generación entender la forma de consumo actual, que ya estaba establecida en la generación más joven, que solo escuchaban la música (ya antes de la pandemia) en *streaming* y que no tenían **hábitos de consumo presencial**.

Otros formatos digitales, como la creación de **videoclips, entrevistas, playlists, sesiones, etc.**, se han visto incrementados como actividad para la **visibilidad** y la **comunicación**, lo que en ocasiones ha generado una sobreproducción de contenidos digitales enfocados principalmente a alimentar las Redes Sociales.

El caso de **Spotify** en particular precisa un análisis más minucioso, debido a sus prácticas poco transparentes, su naturaleza de **oligopolio** con participación de grandes multinacionales y sus sistemas de bonificación y monetización no abiertos a las negociaciones con los diferentes niveles del sector.

Las **instituciones han participado de forma muy activa** en la creación de contenidos digitales con diferentes plataformas, experiencias diversas y con resultados muy diferentes. Además, los gestores y programadores institucionales se han visto en la necesidad de incorporar diferentes estrategias digitales para suplir su falta de actividad presencial, con la **sobrecarga de trabajo** correspondiente.



Formatos físicos

La permanencia de los formatos físicos durante la pandemia hace pensar en ellos como una práctica sostenible, a pesar de la brecha generacional y su elevado coste económico y medioambiental.

La venta de formatos físicos ha seguido funcionando como herramienta de autofinanciación de muchos proyectos musicales.

En cuanto a la intervención de las instituciones, no ha habido ayudas concretas a la producción musical en formatos físicos, tal como las ha habido en otras disciplinas (como la editorial).

El formato físico ya tuvo **su propia crisis** al luchar contra los contenidos digitales. Desde entonces, una parte de la industria ha sabido regenerarse y mantenerse, por ejemplo, con la **producción de vinilos**, que ya venía teniendo un **crecimiento** en los últimos años, y cuya venta se ha mantenido incluso durante la crisis de la COVID-19.

Los grupos y proyectos musicales han tenido un discreto **aumento de ventas de discos, descargas digitales y merchandising**, a través de plataformas como Bandcamp en este periodo, por parte de sus seguidores online.

La comunicación de muchas bandas se ha centrado en la promoción de estos formatos. Y en muchas ocasiones ha sido el **único ingreso** de los proyectos musicales.

Por otro lado, los **formatos físicos** (al igual que los digitales, pero con ciertas diferencias) conllevan unos **costes**, en ocasiones muy altos, tanto en su **producción** como en su **venta**, así como un **coste ecológico**, que se deberían tener en cuenta en términos de sostenibilidad y viabilidad, en especial para proyectos de música sumergida.

Aunque no es de consumo masivo, el vinilo ha sobrevivido al **cambio generacional** y ha desarrollado una red de mercado de **venta online** internacional muy activa con plataformas como Discogs o Bandcamp.

Formatos presenciales

Los formatos presenciales se han tenido que adaptar a las medidas sanitarias pero han dejado de ser rentables la mayoría de las veces.

Los formatos presenciales han sido los más dañados por la pandemia y van a depender constantemente de las restricciones sanitarias.

El formato tradicional de concierto o sesión de Dj **no será sustituido** por el consumo de música en directo por *streaming* (ni viceversa). Existe una tónica general por parte de todos los agentes de **recuperar los espacios físicos** para el **consumo musical compartido**.

Del mismo modo, los diferentes agentes (público, salas, creadores, instituciones, etc) han asumido y aplicado de manera bastante general las **medidas sanitarias y de seguridad y de aforo impuestas por el gobierno**.

Sin embargo, los formatos presenciales tendrán que encontrar **nuevas fórmulas sostenibles tanto a nivel económico** como en lo referente a las **necesidades de los creadores y del público**.

Diagnóstico

Recursos para las músicas sumergidas

Recursos económicos

La situación de precariedad de los creadores no encuentra una solución en las donaciones ni en las ayudas públicas.

La música sumergida en general se ha mantenido por la venta de discos o *merchandising*, en ocasiones por acciones de financiación colectiva, como el *crowdfunding* o donaciones, pero en ningún caso con ayudas institucionales.

El dinero, como recurso **en todas las fases** de la creación, producción y difusión de los proyectos de música sumergida y su subsistencia. En plena crisis por la COVID-19, el dinero se convierte en el **principal condicionante**, especialmente para los creadores de base de la cultura musical.

Las **herramientas** para conseguir el dinero necesario para el desarrollo y la subsistencia son **limitadas** en la actualidad, especialmente por la falta de conciertos. Estas se han reducido principalmente a la **venta** de discos, *merchandising* y descargas digitales y los diferentes modelos de **donación desinteresada** del público.

Las **ayudas económicas públicas**, sin embargo, no se pueden considerar un recurso, debido a su **falta de accesibilidad y de especificidad** para con el sector.

Patrocinios

Los patrocinios deberán apostar por nuevos tipos de colaboraciones más sostenibles y justas si quieren beneficiarse de este tipo de contenidos.

Los patrocinios en general no han participado en la supervivencia de la música sumergida durante la pandemia, a pesar de que se ha beneficiado de la escena durante décadas.

Los patrocinadores requieren cada vez más espacio presencial y “experiencial”, mientras que lo que se precisa son más patrocinios enfocados a la sostenibilidad y subsistencia de la escena.

El auge de los patrocinios, especialmente el proveniente de bebidas alcohólicas, tras la crisis del 2008, significó un **recurso habitual** para el desarrollo de programaciones musicales independientes.

Este recurso ha sido también **escalado** en un **modelo de expansión** que **atravesara todos los estratos de la creación musical**, por lo que su participación ha sido prácticamente omnipresente en todo tipo de proyectos, desde los más **underground** (exceptuando algunas iniciativas autogestionadas), hasta lo más **mainstream**, por lo que debemos preguntarnos qué papel están jugando actualmente en plena crisis por la COVID-19.

El patrocinio como recurso, venía adoptando diferentes formas desde antes de la pandemia, enfocando sus **estrategias** al desarrollo de **experiencias** con más presencia o intervención de las marcas en planos **creativos, artísticos** y de **creación y dirección** de contenido estableciéndose incluso como un agente más, identificado bajo marcas comerciales.

Aunque en ocasiones han sido respetuosos con el desarrollo orgánico de los proyectos, en la mayoría de los casos ha supuesto una **parasitación** con la clara intención de **instrumentalizar la creación** desde dentro.

Especialmente en tiempos de pandemia, el patrocinio debería adaptarse a las **necesidades reales del sector**, impulsando la **base**, a través de **objetivos de desarrollo conjunto** y **negociaciones transparentes y justas**.

En el caso de los grupos o proyectos musicales nuevos, se necesita mayor **información en el conocimiento de sus derechos** respecto a las **contraprestaciones** que incluyen la cesión de **derechos de imagen** y otros aspectos que han sido **objeto de abuso y mercantilización**.

Tiempo

La crisis de la COVID-19 ha traído consigo una nueva gestión del tiempo que afecta directamente a la música sumergida.

La precariedad se ha hecho más patente en cuanto a la relación del tiempo invertido y los recursos, propios u obtenidos, de los agentes.

La imposibilidad de alternar trabajos que ofrezcan una base económica con la creación musical es muy perjudicial.

La **temporalidad** (el tiempo, en todas sus aplicaciones y significados) ha cambiado por la crisis de la COVID-19, y los agentes de la música sumergida se han adaptado de diferentes maneras, al igual que el total de la sociedad, tanto en términos de **producción** como del **consumo**. Evidentemente esto no es homogéneo, el concepto de nueva temporalidad ha desembocado en tiempos de **espera**, tiempos de **reflexión**, tiempos de **evaluación** o tiempos dedicados a la **producción**, es decir, múltiples escenarios según la situación económica de los diferentes agentes.

El hecho de tener, supuestamente, **más tiempo** por parte del creador **para crear y más para consumir** por parte del público ha sido en muchas ocasiones parte de un **discurso continuista y consumista** que promueve además el **individualismo**.

En paralelo, la inercia del **sistema hiperactivo** anterior a la pandemia, se ha visto en muchos casos reforzados por la **ansiedad** y la necesidad de **ser productivos** y una especie de pulsión a no desaparecer en la maraña de contenidos culturales. La inmediatez y la **sobreproducción de proyectos**, sobre todo de su **difusión**, se ha disparado promoviendo una gran **precariedad** en muchos agentes del sector.

Los creadores necesitan de un **colchón económico** para subsistir. Al entender la música como una **fuentes de ingresos secundaria o terciaria**, en muchas ocasiones, se comprueba que los que han podido contar con tiempo de creación han sido los **que menos han sufrido a nivel laboral** por la crisis de la COVID-19 o aquellos que cuentan con **rentas familiares**, etc.

Formación, educación, asociacionismo

Los agentes de la música sumergida necesitan mayor formación en términos de autonomía para que sus proyectos sean sostenibles.

Se identifica la necesidad de una mayor formación para los agentes de la música sumergida, que funcionaría como una herramienta contra la precariedad.

Se ha visto una escasa formación desde y para el asociacionismo, especialmente en el ámbito de los creadores que no han encontrado, o no han sabido buscar, este tipo de recurso compartido.

Con la crisis de la COVID-19 se ha hecho más presente la necesidad de contar con mejores mecanismos para compartir la información, así como mayor educación y concienciación en el desarrollo de proyectos colectivos.

Los agentes de la música sumergida han comprobado que precisan de más formación como **recurso para el desarrollo de sus proyectos**. En plena crisis por la COVID-19 la falta de conocimientos y de **recursos técnicos** para la subsistencia se agrava, por lo que la formación **para la sostenibilidad y viabilidad** de la creación pasa a ser un recurso valioso y necesario.

Los creadores y los sellos, podrían tener proyectos más sólidos con **formación práctica sobre la viabilidad económica** de su actividad.

Particularmente los creadores, precisan **formación y asesoramiento** en sus **derechos laborales**, así como en los derechos de reproducción y en todo lo relacionado con la **creación y cesión de contenidos digitales**.

La carencia de este tipo de conocimiento sobre los derechos laborales viene dada desde el propio **sistema educativo** que no incluye estos conocimientos de formación transversales a cualquier disciplina.

Se identifica también una falta de formación en el ámbito del **asociacionismo**, así como en el **acceso a los recursos y ayudas públicos** y en general, para entender la administración pública.

Consultoría enfocada a la **independencia de los agentes** en todos los ámbitos relacionados con la gestión de sus proyectos.

La **educación de la sociedad** en general sobre la **práctica, el desarrollo y la conservación de la cultura** es una necesidad constante. Este aspecto ha sido especialmente reivindicado durante la crisis de la COVID-19, demostrando la necesidad de **sensibilización social** sobre los recursos públicos culturales.

Tanto las **instituciones** como las **asociaciones** podrían tomar un papel claro y determinante en la **educación social cultural** como una de sus prioridades. Las instituciones culturales tienen la capacidad de generar programas continuos para la **educación en el asociacionismo** y en la existencia de **plataformas, sindicatos, cooperativas y otras estructuras**.

El valor de la transmisión de conocimientos entre todos los agentes podría beneficiar a todo el sector en la aplicación de **buenas prácticas sostenibles** y en **investigación, innovación y desarrollo**.

Del mismo modo, una educación, en general, sobre la existencia de las **pequeñas escenas creativas y los tejidos locales**, beneficiaría a los gestores institucionales a entender la gestión producción y difusión de contenidos musicales independientes, al igual que a los programadores y promotores.

Se precisan mayores recursos, así como mayor seguridad en las denuncias públicas, para tomar como prioridad la necesidad de incluir en las programaciones de salas, festivales e instituciones **más mujeres, colectivos locales** y otros aspectos relacionados con la **diversidad racial, cultural, funcional, sexual, etc.**

Se han realizado diversos recursos con forma de **guías de buenas prácticas** en relación con las medidas sanitarias, como la que publicó el [INAEM](#) en colaboración con diversas asociaciones.



Localización e internacionalización

Las restricciones de la COVID-19 han empujado a un mayor foco en lo local que debería mantenerse e incentivarse así como invertir esfuerzos en su internacionalización.

La internacionalización ha dejado de ser una posible vía de crecimiento en este periodo.

La actividad local se podría afianzar aún mucho más con el compromiso de los diferentes agentes.

Desde antes de la crisis de la COVID-19 se identifican grandes **diferencias entre las oficinas, institutos culturales, etc.**, encargados de la **promoción internacional** de la música española.

Varios programadores y promotoras que normalmente estaban centrados solo, o mayoritariamente, en productos internacionales, han visto en los **proyectos locales una solución**. Aunque en algunos casos puede ser solo a **corto plazo**, si existe la idea de mantener un porcentaje de trabajo con el tejido local, una vez finalice la crisis de la COVID-19.

Del mismo modo, los **proyectos locales** se reconocen como **contenidos poco exportables**, excepto en contadas ocasiones y/o solo en hispanoamérica, a excepción quizá del flamenco.

La **internacionalización**, sin embargo, venía siendo uno de los objetivos del sector, una **prioridad que se verá aplazada** en el tiempo con grandes consecuencias negativas.

Comunicación para las músicas sumergidas

Estrategias digitales de comunicación

La sobreproducción de contenidos de comunicación no ha sido sinónimo de supervivencia de la música sumergida durante la crisis de la COVID-19 sino un factor de precarización más.

Las estrategias de comunicación basadas en la venta de entradas se han sustituido por la comunicación para el consumo de formatos digitales.

Las comunidades pequeñas de la música sumergida no pueden competir en el mundo digital con las visualizaciones, el impacto e interacción del *mainstream*.

La comunicación digital se ha establecido como **principal canal** y, en particular, las **Redes Sociales**, que han aumentado en su doble naturaleza de **altavoz para la promoción** a la vez que propia **plataforma para el consumo** de contenido.

Del mismo modo, la **interacción** entre creadores, instituciones, promotores y público en los contenidos digitales ha cobrado una importancia enorme. Conformando una **comunidad** que alberga a la vez a **creadores, prescriptores y consumidores** y en la que todos los agentes pueden funcionar de manera intercambiable.

La música sumergida, al igual los proyectos de cualquier otra disciplina, se nutren cada vez más de los **datos y estadísticas** en términos de **impacto**.

Por otro lado, se es cada vez más consciente de las **limitaciones de acceso** a estos contenidos por parte del **público “no digitalizado”**, ya sea por la **diferencia generacional** o por la **falta de recursos**.

Un problema de la comunicación digital es el de insistir en el **consumo musical presencial y físico** sin atender a los **nuevos hábitos** de la juventud. Sin embargo, la comunicación que vuelca su esfuerzo en la **retroalimentación digital no es sostenible** para todos los agentes.

La **sobrepublicación** en redes y la **sobreproducción de contenidos digitales** han llevado también a una **precarización** de parte del sector.

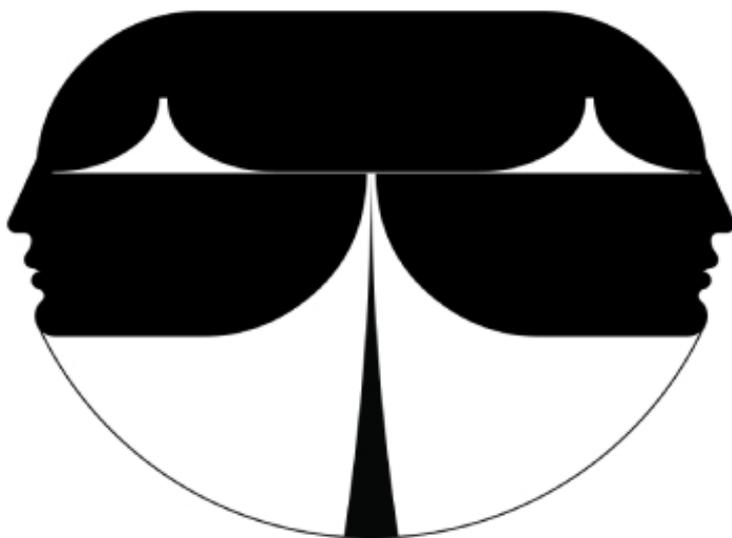
Los propios medios digitales se han retroalimentado para promover **mensajes sesgados que que benefician a las grandes empresas** del *streaming*.

Por otra parte, la pandemia ha evidenciado todavía más el trabajo extra que se realiza directamente para beneficio de las propias plataformas y que no revierte directamente en recursos para los agentes.

El **modelo de los singles** y de otras campañas de promoción que requieren una presencia continua en las plataformas **no es sostenible** en muchos casos ni compatible con el desarrollo de los propios proyectos.

En cuanto a estrategias de comunicación globales, como las campañas online de **#CulturaSegura** que se han creado durante la pandemia, puede que hayan resultado poco eficaces al haber sido utilizadas (y en ocasiones instrumentalizadas) por **proyectos muy dispares en cuanto a sus recursos, su financiación o su carácter público o privado.**

También se han creado otras campañas como **El Último Concierto**, lanzadas desde grupos de presión que han apelado a la necesidad de **subsistencia del sector**, principalmente de las salas.



Medios de comunicación

A la falta de medios de comunicación especializados potentes, se suma el tratamiento estigmatizante de los medios generalistas.

Durante la crisis de la COVID-19 no ha habido una comunicación comprometida y responsable sobre la música sumergida desde los medios.

El problema de la **carencia de medios especializados** que ya venía de antes de la crisis de la COVID-19 se acentúa en un momento en el que los agentes necesitan mayor difusión para su subsistencia.

Por otro lado, los **medios generalistas** participan en muchas ocasiones de la **demonización** de la música sumergida y de la cultura de club, con mensajes que señalan la **falta de seguridad de los espacios** y/o que tildan el derecho al **consumo cultural como prácticas irresponsables**.

Diagnóstico

Los agentes de las músicas sumergidas

Creadores

La crisis de la COVID-19 ha mostrado la desigualdad existente entre los creadores y el resto de profesionales de la industria.

Los creadores de música sumergida han continuado con su actividad de manera más precaria, viéndose afectados por los cambios y restricciones de la escena.

Todas las estrategias de producción independientes y autogestionadas, como la autoedición y la autodistribución se han mantenido y se han afianzado.

El confinamiento ha coincidido con un incremento de **proyectos solistas**, con creadores del ámbito de la música urbana o del cada vez más creciente *bedroom pop*, entre otros, incrementando las prácticas de la **autoedición**.

Cada vez de forma más general, se identifica a los creadores de la música sumergida con proyectos creados con **pocos recursos**, con un **circuito muy limitado** de acción en cuanto a salas e instituciones, con **falta de conciencia de escena**, falta de formación y **acceso al asociacionismo**, con **irregularidades laborales** y diversas situaciones de **precariedad**.

Aunque sí hay un **activismo creciente** y una sensibilización cada vez mayor en términos de **libertad creativa y artística** y de **independencia** de la industria predominante, la precariedad obliga a los creadores en muchos casos a aceptar y permitir **situaciones injustas y malas prácticas**.

En general, se percibe que los creadores, como **base de la escena**, **materia prima** de la industria y **pieza fundamental de todo el discurso**, no se encuentran en el centro de las reivindicaciones y su protección es muy **desigual a la del resto de agentes e intermediarios**.

En muchas ocasiones sufren la **soledad** de **no pertenecer a gremios homogéneos**, aunque por otra parte cuentan con la **independencia suficiente** para llevar a cabo su **activismo** de forma autónoma.

Los creadores también encuentran grandes dificultades a la hora de **calcular, presupuestar y demostrar el trabajo no público**, creativo y técnico.

Asociaciones y grupos de presión

Las asociaciones para la música sumergida necesitan nuevos modelos menos gremiales o sectoriales y nuevas formas participativas.

Aunque las asociaciones han realizado una importante labor en la reivindicación de los derechos de los profesionales, sigue habiendo una desatención hacia las necesidades de los agentes de la música sumergida.

Respecto a la rapidez, la eficiencia, y la urgencia de encontrar soluciones, se ha comprobado que sí se necesitan **interlocutores** para que asciendan las reivindicaciones en las instituciones.

El problema de la **profusión de asociaciones** activas reside en la **especificidad** de cada una de ellas respecto a un **interés sectorial concreto**. Lo que en muchas ocasiones les impide operar de manera transversal. En general, falta de un **asociacionismo más transversal**.

Se constata también la **falta de confianza en los lobbys de presión**, una falta de compromiso por parte de los creadores, la inoperancia de los sistemas assemblearios, así como el precio de las cuotas.

Por otro lado, se señala la inmutabilidad de los consejos de sabios, como el ejemplo de la SGAE, que **no son horizontales y solo responden a cuestiones numéricas**.

La [Unión de Músicos Profesionales](#) ha realizado diversos [comunicados](#) poniendo el foco en la creación musical y sus necesidades de manera independiente a otros sectores, pero remarcando la profesionalización como requisito o punto de partida.

Instituciones

Con la crisis de la COVID-19, se hace más evidente la falta de líneas sólidas de trabajo, programación y ayudas en el ámbito de las músicas sumergidas dentro de las instituciones culturales.

La inmovilidad de las instituciones, unida al miedo, la falta de voluntad y las trabas administrativas hacen cada vez más problemática la inclusión de las instituciones como agentes reales de la escena de la música sumergida.

Las líneas estratégicas de las propias instituciones anteponen su programación y recursos al resto de disciplinas que a la música sumergida.

Las instituciones culturales han hecho diferentes **esfuerzos** para adaptarse a las nuevas situaciones provocadas por la crisis de la COVID-19. Su función principal ha sido la de mantenerse como **espacios seguros** con el objetivo de transmitir esa idea.

Las instituciones de **creación contemporánea, museos y otros grandes entes culturales**, han mantenido, adaptándolas a las nuevas normativas por el COVID-19, sus programaciones musicales, aunque estas siguen siendo un **bajo porcentaje de actividades** en proporción con las realizadas en **otras disciplinas**.

Las instituciones se encuentran con una problemática particular consistente en la **falta de asistencia del público a programaciones gratuitas**. Esta situación se agrava en tiempos de pandemia, debido al sobrecosto de la aplicación de **medidas sanitarias**, en términos de **gestión y personal especializado**.

Otro problema que ha tenido la institución para llevar a cabo sus programaciones (no solo las musicales) ha sido un **incremento de trabajo** para contemplar **diferentes escenarios posibles** con **diferentes restricciones** y la adaptación de los formatos a posibilidades de público presencial, virtual y mixto.

Existe un gran desconocimiento en particular sobre el funcionamiento de **grandes instituciones**, como por ejemplo, de la **SGAE**, sobre la que existe el consenso de que es deliberadamente opaca.

Marcas

Las marcas no han conformado un agente activo y positivo en el aspecto cultural.

La crisis ha interrumpido la relación de las marcas con el resto de agentes de la música sumergida en cuanto a sus patrocinios, lo que las sitúa como un agente que no coopera en la subsistencia.

En la **crisis del 2008**, las marcas se **apropiaron de muchos espacios** y de la propia **creación**, convirtiéndose en **promotor** directo de festivales, **colaboradores de las casas de discos** y con gran **presencia en las salas**, etc.

Ante la crisis actual por la COVID-19, las marcas se han mantenido **al margen**, a la espera de la reacción del sector.

Uno de los **retos** de las marcas respecto a su participación en la sostenibilidad de la escena es la de asumir que colaboran con un **sistema que puede ser crítico** y que precisa de **prácticas sostenibles** que se consiguen a través del **diálogo** de la **negociación**.

Sin embargo, se ha comprobado en numerosas ocasiones que las marcas participan de **prácticas de precarización** y **mala gestión del valor cultural**. En ocasiones las **prácticas de marketing** importadas de otros sectores convierten las colaboraciones en **acciones contraproducentes** que **dañan la imagen** de ambas partes y que pueden causar **rechazo en el público**.

Existe un debate sobre presencia de las **marcas de alcohol en la programación cultural** que, al estar enfocada al **consumo**, se ve, cada vez más, de forma controvertida.

Públicos

La crisis de la COVID-19 ha hecho reflexionar sobre las necesidades de un público cada vez más intergeneracional al que hay que hacer partícipe.

El público y las comunidades de los agentes de la música sumergida no han desaparecido en el periodo del confinamiento.

El compromiso de los seguidores y los “fans” se ha mantenido a través de las Redes Sociales y los contenidos digitales.

Los intereses del público se han redefinido a raíz de la crisis por la COVID-19. La adaptación al **consumo en solitario de contenidos digitales** ha desarrollado la idea de **comunidades online**, expandiéndose a personas de **diferentes generaciones**.

La mayoría del público, entendido como un ente que ya era consumidor de cultura musical antes, desea poder **volver a los eventos de música en directo** y los espacios destinados a la **música de baile**.

Respecto al consumo de los **formatos físicos**, se identifica una **continuidad** en la **compra de discos y merchandising** en el mismo sector del público que ya lo hacía antes, al igual que las personas más jóvenes acostumbradas a los **formatos digitales** se mantienen en sus hábitos de consumo que no incluyen, por ejemplo, la compra de discos o la asistencia a conciertos.

Por otra parte, se identifica que el público, en general, necesita más **educación en el entendimiento del consumo musical como parte de su derecho a la práctica cultural**.



Conclusiones

Políticas para las músicas sumergidas

Es necesario dotar a los agentes de la música sumergida y a la música en general con un reconocimiento equiparable al de otras prácticas artísticas desde la administración y las instituciones culturales.

- Parece que es preciso el recordatorio constante de la **obligación de los poderes políticos de facilitar el acceso a la cultura**. Así como la constante demanda de creación de medidas de protección específicas a través de la implementación de **estrategias creativas y coordinadas**, con espacio para la **experimentación** y el **cambio**.
- Una posible forma de canalizar estas necesidades podría ser la creación de un **observatorio público de la música**, que presente datos de forma regular y que tenga un foco también en la música ajena a los canales comerciales establecidos.
- La **declaración de la cultura como bien de necesidad esencial**, incluyendo todos los sectores de la música, facilitaría una mayor independencia de la hostelería.
- Se hace imperativo **denunciar el extractivismo cultural** del que hacen uso los grandes festivales a través de la **centralización** y la **explotación** económica de la escena para beneficiar el turismo u otros intereses.
- **Reforzar todas las reivindicaciones** que operen de forma ajena al sistema establecido, puede ser una vía de acción, aunque **deban coexistir con las de los grandes sectores** que sustentan la industria, relacionados con los **eventos** en general, el **espectáculo**, la **hostelería** o el **turismo**.
- También se menciona la necesidad de que exista un **apoyo político generalizado** a la industria del espectáculo y de los eventos como exigen plataformas como [Alerta Roja](#).
- Es prioritario entender la necesidad de tomar **medidas urgentes para el global del sector** e intentar **sumar a las grandes reivindicaciones** de la industria las preocupaciones sobre **la subsistencia de la música sumergida**, en concreto de sus creadores, como base de todo el sistema.
- Ante la diversidad de enfoques de los agentes, es indispensable encontrar nuevas fórmulas de **participación transversal** en posibles mesas sectoriales, en el Estatuto de los Artistas y en otras iniciativas.

- Remarcar la necesidad de **coincidir en medidas generales**, y en las reivindicaciones que ya existían de antes, como la temporalidad o la necesidad de ayudas para la cotización, por ejemplo, facilitar la inclusión de los agentes de la música sumergida en los grupos de presión.
- Se propone la creación y reconocimiento de un **régimen de semiprofesionalidad**, que permita **compatibilizar diferentes tipos de trabajo** para asegurar la subsistencia de todos los sectores.
- Reconocer **diferentes formas de profesionalización** a partir de **la pluriactividad y la intermitencia** deberían entenderse como necesidades prioritarias y no solo a partir de las experiencias gremiales/sectoriales de la industria.
- Otras **reivindicaciones transversales con carácter más social** que sectorial como la demanda de la **RBU Renta Básica Universal**, permitirían también un paracaídas para todo el mundo y garantizaría la capacidad de subsistencia de la música sumergida.
- Se exige un compromiso, voluntad y transparencia por parte de las instituciones de **mantener las partidas presupuestarias** relacionadas con la música y pagar cualquier programación avanzada y paralizada por la COVID-19, incluso sin contrato, solo con el compromiso.
- Urge la revisión del sistema de **licencias para espacios de producción y difusión musical**, así como la creación de fórmulas híbridas aptas para el sector que desembocarían en nuevos modelos más productivos, rentables y sostenibles.
- Reducción del **IVA cultural al 4%**, dotaría de mayor independencia a los pequeños productores y consumidores. También a las instituciones a la hora de programar música, que no se aplica el IVA del 10% sino del 21%.
- **Bonos culturales**. Una medida deseable es que se crearan no solo para jóvenes, sino para todo el mundo. Podría entenderse como una manera de incentivar el consumo de cultura y reactivar la economía revirtiendo en el mercado y promoviendo también la actividad económica de los sectores más pequeños.
- El reconocimiento institucional del **baile y las músicas del baile** significaría una herramienta contra las difamaciones y demonización que sufren este tipo de iniciativas.
- **Bonos de RENFE** y otras ayudas a la movilidad para los grupos. Mejor desarrollo y gestión de proyectos que impliquen diferentes espacios geográficos como **Girando por Salas**, serían de gran ayuda siempre y cuando se presenten con las suficientes garantías para los creadores.

- Se precisa la **cesión de espacios públicos, instalaciones o recintos al aire libre**, ya habilitados como aptos para el desarrollo de la música en vivo y su consumo compartido para que puedan utilizarlos los **programadores musicales locales**.
- Se detecta como una posible vía el **uso de espacios privados**, como el circuito de salas, por ejemplo, **por proyectos insituacionales** y con presupuesto público.
- Existe una demanda general para la **regularización y la participación** de los agentes del sector en el uso del **espacio público compartido al aire libre**. Se reclama una gestión coordinada, escalable y abierta a proyectos colaborativos independientes.
- **La agilización de permisos** para el uso del espacio público, al aire libre, etc., en contraposición a los espacios cerrados, que no pueden adaptarse a las necesidades de los protocolos COVID, debería ser una prioridad.
- Incluir, sumar y contar con la labor, medios y experiencias de los Centros Culturales Municipales para fortalecer las relaciones con las comunidades de **creadores locales y la cogestión de recursos públicos**. Ampliar el mapa de agentes promotores y descentralizar zonas de contactos y de encuentro teniendo en cuenta a vecinas y vecinos, y a los proveedores locales. Como en los casos de los **programas piloto de cultura de proximidad Mirador Usera y Mirador Arganzuela** (2017-2019) promovidos entre [Intermediae](#) Matadero y la Juntas Municipales de Usera y Arganzuela.
- La recuperación de las **mesas de cultura de los foros locales municipales** facilitarían la creación de mesas de trabajo interdistritales e interdisciplinarias a través de la participación ciudadana.
- Una mayor **conectividad entre los programas provinciales** podría desembocar en un establecimiento transparente y accesible de modelos replicables para el uso y el conocimiento de los espacios y recursos disponibles, con proyectos como la reciente [Sesión Vermú](#).
- **El mapeo, bolsa o listado a nivel de Comunidad**, de espacios públicos con aforos reducidos, sostenibles y seguros, que cuenten con la dotación necesaria para la producción, podría ser el primer paso para abrir los espacios que cuenten con los recursos a la **programación externa** y a proyectos modulares con diferentes niveles de necesidades.
- Se exige mayor dotación para las instituciones existentes con los recursos necesarios para que haya más **residencias musicales**, del mismo modo que se han extendido las residencias de artes vivas y performance.

- Demanda de un mayor compromiso por parte de las **instituciones municipales** de reservar un número de fechas, recursos y presupuestos para actividades sociales gratuitas y ponerlas a disposición del tejido local.
- Mayor **promoción de propuestas** como el [Centro de Recursos para el Asociacionismo y la Ciudadanía Activa, CRAS!](#) del Ayuntamiento de Madrid, o la creación de este tipo de iniciativas, **enfocadas específicamente a la música**, podrían funcionar como oficinas públicas para recursos y asesoramiento.
- Es fundamental que el sector político entienda las **reivindicaciones oficiales en materia laboral** de los grupos de presión para los **músicos profesionales**, sin perder de vista las necesidades de los creadores **semiprofesionales o no profesionales**.
- Se demanda la **homogeneización**, unificación/regulación de las **cláusulas de cancelación en los contratos**, para que haya un diálogo abierto dentro de las posibilidades de cada evento, producción, etc., y la **normalización** de la creación de **anexos** en los contratos que protejan a todos los agentes por igual.
- Es preciso detectar y **denunciar las diferencias entre administraciones** respecto a sus políticas de cancelación. En general, denunciar todas las prácticas abusivas ya vengan del **sector público o privado**.

Espacios para las músicas sumergidas

Se necesitan ayudas específicas para cualquier tipo de espacio que puedan revertirse directamente en la programación de grupos locales y en la escena musical sumergida.

- El modelo del **“alquiler” de las salas** a promotores o a grupos, deberá cambiar para ser más sostenible. Aunque es probable que cada vez haya más salas que harán su programación propia.
- Se presupone que a raíz de la COVID-19, los **espacios van a encontrar nuevas fórmulas** en materia de aforos, horarios, contratación de grupos, reajuste de precios, transparencia, buenas prácticas, etc.
- Las **ayudas para las salas** deberían ser claras en cuanto su **regularización de precios y condiciones**, para que presenten un plan sostenible, justo y seguro y que garanticen la contratación de proyectos de música sumergida.
- Ante el problema de **“pagar por tocar”**, aunque sea bajo la fórmula del alquiler, se precisa **revisar los tipos de acuerdos sobre la gestión y el uso del espacio**, especialmente sobre qué se puede hacer o no en la sala. Así como la obligatoriedad de incluir **las altas en las seguridad social en las negociaciones**.
- Por su parte, el 80% de las salas de música en directo en Madrid **no tienen propiedad del local**, el pago del **alquiler, gastos fijos, etc.**, es un problema para su gestión y por ende, la presión económica les impide en muchos casos aplicar buenas prácticas, justas y sostenibles.
- **Se insiste en la reclamación de un uso del espacio público al aire libre** compartido, para programaciones culturales y **presencia** de la música sumergida en la calle.
- Más programaciones culturales en los centros culturales municipales y la aplicación de políticas de proximidad facilitarían la **descentralización** y la **reactivación de espacios periféricos**.
- Espacios como los **locales de ensayo o los estudios de grabación** también podrían ser bases de operación para **residencias artísticas de producción musical**, si la administración y las instituciones tuvieran la voluntad de crearlas y aumentarlas en número.

- Este tipo de colaboración, beneficiaría al tejido local existente y **supliría las carencias técnicas y profesionales de las instituciones en el campo de la creación musical.**
- La administración debería tener la **iniciativa** y los recursos para la creación de nuevos espacios, tanto físicos como digitales, que atiendan desde **primera estancia las necesidades del sector** en tiempos de COVID.
- **Es imperativa la cesión de espacios públicos institucionales, o no, infrautilizados** a programadores independientes, pero también la posibilidad de acceder a ellos a los propios grupos o proyectos musicales y creadores.
- La habilitación de la calle y los **espacios abiertos**, o la utilización de **parques y plazas** para la actividad musical, sería un vehículo para la **implicación de otros agentes**, como los bares o salas cercanas o los propios músicos callejeros.

Formatos para las músicas sumergidas

Los formatos de la música sumergida (digitales, físicos y presenciales) necesitan mayor protección, experimentación y resiliencia que los establecidos por la industria.

- Las demandas sobre los formatos de **streaming** no están siendo homogéneas, debido a que no se puede hablar de un solo sector, ya que parte de los agentes prefieren la continuidad del modelo actual.
- En el caso de [Spotify](#), que incluso pretende tomar medidas para pagar aún menos a los creadores, una solución podría ser una [Tasa Tobin](#), ya que en muchos casos estas plataformas ni siquiera pagan impuestos. El dinero recaudado se podría **reinvertir en becas I+D+I** que incluya a los grupos pequeños.
- El ICAA lo ha planteado de forma similar al cine de las plataformas de *streaming*, Netflix, por ejemplo debe **invertir en producciones nacionales**.
- Se precisa un **streaming** con **políticas** empresariales, **retributivas, justas, responsables, sostenibles**.
- Se ve cada vez más necesario un **informe sobre las implicaciones legales del [streaming](#) y su [gestión del público](#)** para determinar una justa remuneración.
- Recapacitar sobre el **streaming de música en directo** como una vía alternativa de **ingresos para los creadores**, ya que no está funcionando tal como se ha querido plantear. El *streaming* de calidad que puede producir remuneración es caro.
- Del mismo modo se necesita la regularización de los intermediarios, en concreto la figura de los **agregadores o las ticketeras**, que se trabajan con modelos de extracción de porcentajes o en ocasiones como patrocinadores.
- Entender el *streaming* como una **medida accesoria y temporal**, no como una solución a la situación de la crisis de la COVID-19. En este periodo de tiempo se ha observado que los proyectos que **replican los formatos presenciales** sin adaptarse al medio, **no funcionan**. Por lo que se precisa de formas específicas más originales.
- Promover diferentes formas de apoyo a los grupos jóvenes que no sea dependientes de la venta de discos o *merchandising*, como por ejemplo, **ayudas a la producción digital**.

- Una posible vía de trabajo es la **gamificación** de los contenidos musicales independientes en colaboración con las **prácticas más experimentales del videojuego** y las **plataformas interactivas**, desde donde también se está realizando cierto **activismo y reflexión** sobre el consumo de ocio y cultura.
- Facilitar y promover las **comunidades digitales** que puedan apoyar la los contenidos, a través de diferentes formas de clubs de fans, suscriptores, micromecenazgos, etc. Aunque no es una práctica muy sostenible, ya que no puede recaer toda la responsabilidad en el público.
- En general, la música en directo en *streaming*, necesita condiciones laborales más transparentes y justas, y aunque se plantee como solución provisional por su supuesta protección “free-COVID”, necesita más **experimentación, investigación e innovación**.
- La producción y fabricación de formatos físicos es una herramienta más de **comunicación, visibilidad y permanencia**. Incluir la fabricación de discos como posible ayuda a la producción equiparables a las que reciben otras prácticas artísticas.
- Creación de una **fonoteca pública**, posiblemente dentro de una institución especializada, que **archive y conserve** las grabaciones del subsector de la música sumergida.
- **Reducción del IVA** para promover la **compra** de formatos físicos.
- Facilitación para la **venta de merchandising** en todo tipo de espacios, tanto públicos como privados y desarrollo de propuestas de **promoción** mixtas que incluyan entrada más disco con fórmulas que no supongan un riesgo de contagio de la COVID-19.
- La gran mayoría del sector es consciente que además de adoptar las medidas generales, es necesario una **revisión de viejas prácticas en ocasiones injustas** del propio sistema, en especial para la música en vivo, que tendrán que revisarse para que puedan desarrollarse de manera sostenible y viable.
- En particular los **macrofestivales**, deberán revisar su funcionamiento con el fin de favorecer la **coexistencia en un ecosistema más amplio y respetuoso con los proyectos locales alternativos**.

Recursos para las músicas sumergidas

El recurso más urgente para la música sumergida sería de carácter económico, incluyendo ayudas públicas o patrocinios sostenibles, seguido de la formación, la educación y el asociacionismo.

- Las **donaciones de usuarios** no pueden ser una solución a largo plazo. Menos aún sin el establecimiento de la [Ley del Mecenazgo](#), que a su vez está muy centrada en artes plásticas y audiovisuales.
- Por otro lado, es interesante la promoción de las **microfinanciaciones** y educación en la **participación económica** del público.
- El *crowdfunding* y otras iniciativas como la habilitación de **fila cero**, son para muchos proyectos el último recurso para recaudar ayudas desinteresadas de su público.
- Tras la detección de proyectos de **crowdfunding abusivos y sobrefinanciados** estas prácticas se identifican como una solución engañosa y cortoplacista.
- Falta de educación en todos los agentes del sector en **micromecenazgos activistas**, comprometidos con la **sostenibilidad** de proyectos.
- Las experiencias de **precio libre** han sido muy positivas en **espacios alternativos** anteriores a la pandemia con prácticas de colaboración orgánicas y sin presión económica.
- Debería haber más **vehículos para la inversión privada** en iniciativas independientes a través de fundaciones o proyectos del tipo de la fundación [Catalunya Cultura](#) que conecta proyectos y recursos.
- Posiblemente se necesite una búsqueda de **modelos justos replicables** de **branded contents**, por marcas con retorno real en el sector local.
- Sería deseable algún tipo de **incentivación para la apertura a patrocinios no alcohólicos**.
- **Mayor conexión con el ámbito sanitario**, colaboraciones prácticas para la seguridad a todos los niveles, no solo para grandes eventos.

- Validación de propuestas en sintonía con la emergencia sanitaria como los **test rápidos al inicio de los conciertos** y extender su viabilidad.
- Se precisa retomar, permanecer o integrar más comunicación de **calendarios entre programadores de cara a la posible sobreprogramación**. También como un tipo de asociacionismo más independiente.
- La situación general no puede solucionarse **trabajando el doble o el triple** para contemplar diferentes escenarios de **físico, virtual y mixto**. La **reca-endarización** y el trabajo extra que conlleva no es una medida sino una práctica **precarizante**.
- Existe una gran necesidad en los creadores de **aprender a dialogar y a negociar** con las instituciones y con los patrocinios, pero también entre los propios agentes.
- Se necesita educación en los derechos laborales de todos los agentes del sector. Incluir en el **ámbito académico** formación al respecto
- Igualmente, es prioritaria mayor formación en los **derechos de reproducción** y en todo lo relacionado con la **creación y cesión de contenidos digitales**.
- Implementar recursos de **consultoría, asesoramiento, etc.**, para entender y aplicar buenas prácticas en todos los agentes del sector. Esto generaría independencia para que el artista se defienda solo, en temas de derechos de **propiedad intelectual**, por ejemplo.
- Mayor presencia de los grupos de presión y las asociaciones, con posibles charlas en el **contexto real** del músico, por ejemplo en sus locales de ensayo.
- Formación también para los agentes culturales e **información sobre la escena pequeña**, sobre el tejido local, para todos los agentes: el músico, el promotor, para el gestor administración.
- Necesidad de un **asesoramiento legal global** para cualquier tema de **contratación pública**. Recibir más información sobre la **relación contractual**, su **negociación** y los **derechos laborales**.
- Ante la presión del miedo a perder oportunidades, los agentes deben entender que permitir las **prácticas abusivas** conducen a la precariedad, especialmente, al no **denunciar** para evitar futuros vetos con grandes empresas, festivales o instituciones.
- Evitar el **círculo vicioso en el que la precariedad** te empuja a aceptar relaciones contractuales sin formación y desde posiciones de inferioridad.

- Incrementar la **formación en asociacionismo** y su promoción. Entender los diferentes **tipos de asociaciones**, con los diferentes **servicios, formas de participación** y diferentes **cuotas**.
- Las propias asociaciones son el **canal propicio** que podrá **compartir la información** sobre técnica, asesoramiento legal, uso de espacios, ayudas, etc.
- Los **programadores, las instituciones y el público locales** venían sufriendo la **sobreprogramación**, produciendo grandes **problemas de agenda**. Para ello algunos colectivos crearon un calendario de fechas compartido que **será clave en la sostenibilidad** de la escena una vez finalicen las restricciones.
- **Fomentar**, como se está haciendo en muchos casos por parte de promotoras, la **contratación de grupos locales**, como una solución a largo plazo con el compromiso de mantenerlo como **práctica continua y sostenible**.

Comunicación para las músicas sumergidas

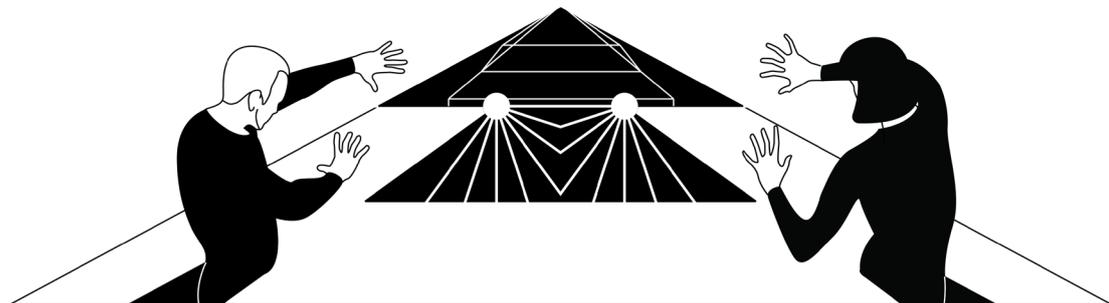
La música sumergida precisa de una comunicación que la sitúe continuamente como un bien cultural, que denuncie su situación y que tenga mayor presencia en los medios de comunicación tradicionales.

- La creación musical precisa cada vez más de **estrategias de comunicación que la sitúen como un valor cultural**.
- Unos de los principales retos de la comunicación de la música sumergida es la de posicionarse con prácticas y **mensajes alternativos y ajenos al lenguaje aspiracional y capitalista del *mainstream***, por ejemplo, asumiendo conciencia de escena en sus comunicaciones y anteponiendo la **educación en las prácticas independientes** al retorno económico directo.
- Desde hace décadas, existe un blanqueamiento del *mainstream* a través de las estrategias del *underground*, con prácticas de marketing basadas en la **apropiación y fagotización** del circuito que en ocasiones es casi imperceptible. En particular, el mensaje del *mainstream* que se comunica a sí mismo como una **meta** a la que debe llegar el creador independiente es especialmente problemático.
- La creación de una **campana de sensibilización de la cultura** que incluya y visibilice estas prácticas sería de gran ayuda.
- En general se identifica una **carencia en la forma de comunicar** el trabajo por parte de los propios agentes y su **puesta en valor**, la importancia de la escena, entendida como un **circuito valioso y vulnerable** que necesita del **apoyo de la sociedad**.
- La **comunicación** que se precisa para la subsistencia de estos proyectos debe ser **inclusiva** con las propuestas feministas y de **respeto** a diferentes **sensibilidades e identidades** y de protección a los espacios seguros de la cultura que no permiten conductas homófobas, racistas, tráfobas o capacitistas, etc.
- La **presión y la denuncia** de ciertos medios de comunicación independientes y la actividad en Redes Sociales de algunos colectivos ha conseguido en ocasiones la incorporación a algunos carteles de festivales internacionales de una mayor tasa de mujeres, grupos o colectivos del tejido local o personas racializadas, etc.

- Se hace necesario encontrar canales de comunicación que destinen más espacio a los **movimientos asociacionistas**. Una posible forma de expandir estas prácticas es la de incluir la pertenencia a asociaciones y/o la adhesión a causas en las comunicaciones.
- Se recomienda evitar los **mensajes de solidaridad artificial y de comunidad comprometida del tipo “De estas salimos juntos”**, sobre todo si no presentan formas concretas de apoyo mutuo y en ese caso, destacar las medidas que se propongan por encima del mensaje vacío.
- Ante la **falta de asistencia del público a las actividades gratuitas de instituciones** se hace necesario el uso de recordatorios de responsabilidad para con los recursos públicos culturales. En este aspecto, se precisan **campañas formativas que promuevan su uso y consumo**.
- **El Último Concierto**, una iniciativa de la Asociación Nacional de Salas de Música en Directo, se planteó como una acción de comunicación sobre las dificultades de las salas. Es interesante la **utilización de campañas creativas** para expandir las reivindicaciones.
- Es necesario encontrar **nuevas vías de difusión audiovisual de la música como contenido cultural**, y sobre todo retomar la exigencia de más espacios en la **televisión y la radio públicas**. Se detecta la necesidad de renovación de los formatos que integran la música sumergida (la gran minoría), por lo que se exigen más espacios y con modelos más actuales.



Participantes



Sara Brito García | forma parte del colectivo Chico-Trópico, nacido en 2010, primero como festival pionero en la difusión de la psicodelia latinoamericana y los nuevos sonidos tropicales en Madrid, y luego adicionalmente como centralita de acciones artísticas. Chico-Trópico desarrolla una función múltiple: como programadores del underground iberoamericano y comisarios de formatos innovadores, y como djs/músicos, formadores y performers movidos por la experimentación, el humor y el desafío constante al concepto de música popular y folclore. Han tocado y desarrollado proyectos de comisariado en una gran variedad de foros de toda España: desde La Casa Encendida, a Matadero o CA2M de Móstoles, pasando por la Casa de América, donde nació el festival en 2010 o Círculo de Bellas Artes; el Centro de Creación Contemporánea La Tabakalera de San Sebastián, el MACBA de Barcelona, o la Fundación Botín, entre muchos otros. Sus tentáculos se han desarrollado hacia la autoedición de fanzines, los programas radiofónicos experimentales en emisoras como La Casa Encendida Radio, El Estado Mental o proyectos artísticos como University of Error, la creación de festivales innovadores (Chico-Trópico/ Festivaluno, Romalce), la performance (La plaga del baile, SÚPER), el desarrollo de proyectos de dinamización barrial (La C.O.S.A., La Opereta del Barrio), la creación de shows experimentales para niños ('San Borondón'), realización de talleres sonoros (Panra!), o los dj sets más aguerridos. En 2015 sacaron su primer vinilo 'Relación de riesgo' (Ayo Silver!). Han realizado la música original para cuatro desfiles del diseñador de moda Palomo Spain, para la Semana de la Moda de NY, de París, y de Madrid; y han elaborado la música original para obras de dramaturgos como Rodrigo García o Juan Navarro. Además, han comisariado jornadas en festivales como el Keroxen de Tenerife, entre otros. En 2017 lanzaron un proyecto de creación comunitaria innovador a bordo de una caravana, rehabilitada como estudio de grabación. La COSA, Centro Organizado de Sonido Ambulante, ha recorrido barrios, festivales y centros culturales de todo el país, editando más de una veintena de discos y experimentos audiovisuales como los sampleos vecinales. Otros proyectos de creación comunitaria desarrollados por Chico-Trópico en los últimos años han sido: La opereta del barrio: Súper (2019,

programa CiudadDistrito, del ayuntamiento de Madrid), Panra! (CA2M de Móstoles, junio de 2019) o el proyecto de creación comunitaria online desarrollada durante el confinamiento, Pueblo Interior, (2020, La Casa Encendida, Madrid). Chico-Trópico continúa en la actualidad desarrollando proyectos que unen experimentación sonora y acción social, así como festivales, programas de radio experimental etc.

Dani Cantó | Fotógrafo y activista cultural, está detrás de la discográfica independiente Snap! Clap! Club fundada en 2011 junto a Ana Uslenghi, un sello que persigue servir de plataforma para artistas en los márgenes y por los que han pasado ya más de treinta bandas entre ellas Melenas, rebe, Confeti de Odio, Pablo Prisma y las Pirámides, navxja y muchas más. Es una propuesta paritaria que cree en el DIY como esencia de la organización y que intenta generar el máximo de lazos con su entorno, ya sea programando o trabajando con otros colectivos. Además ha sido programador de la sala barcelonesa Heliogàbal (2018-2020), cocreador del festival online Cuarentena Fest (una propuesta iberoamericana en la que más de 150 artistas participaron por *streaming*), motivador de El Día de las Tiendas de Discos (2012-2015) y ha integrado equipos de comunicación en MACBA o la agencia creativa This Is Underground, desde la que desarrolló proyectos musicales para marcas como Mahou o Converse.

María Eguizabal | Gestora cultural, comisaria, dj y productora musical. Cuenta con una amplia experiencia profesional en la gestión de proyectos culturales tanto en el sector público como privado, en campos como el de las artes escénicas, música o cine. Empezó su carrera profesional en 2005 dentro del Dep. de Cultura del Instituto Cervantes en Rabat (Marruecos) pasando un año después a formar parte del equipo de Red Bull gestionando proyectos como la Red Bull Music Academy o la RB Batalla de Gallos. En 2009 empieza a trabajar en el CA2M Centro de Arte Dos de Mayo dentro del Dep. Actividades Públicas donde ha comisariado ciclos de cine o proyectos como las Picnics Sessions durante 9 años, convirtiéndose en 2016 en responsable del departamento hasta final de 2018. Es entonces cuando decide dar un paso al frente para apostar por sus propios proyectos, creando su propio sello discográfico, Vanana Records, y agencia de management y contratación, Goldenbeat, para ayudar a desarrollar la carrera artística de otros músicos, además de seguir con su carrera como dj y productora musical en ELYELLA que le ha llevado a actuar frente a grandes audiencias en los mejores festivales de música del país. Además ha realizado de forma independiente trabajos de comisariado para Veranos de la Villa (Madrid) en 2019.

Patrizia Di Filippo | (Barcelona, 1995) es periodista y consultora de comunicación en el sector cultural. Ha escrito en medios online como Vice, Noisey México, Beatburger o Fantastic Mag y en revistas como Perdiz o La Nueva Carne, principalmente sobre música, cultura digital y tendencias. También tiene experiencia como redactora publicitaria, especializada en *branded content*. Desde 2018, dirige y presenta el programa Mala Hierba de Radio Primavera Sound, dedicado a los sellos discográficos independientes, y también colabora en otros programas de la emisora.

Andrea Galaxina | es licenciada en Historia del Arte y máster en Historia del Arte Contemporáneo y Cultura Visual. Su campo de investigación ha estado centrado en la edición contracultural y especialmente en el fanzine, medio al que se ha acercado desde la teoría pero también desde la práctica a través de su microeditorial Bombas para Desayunar. Ha dado charlas en algunas de las instituciones culturales más importantes del país, formó parte del jurado del concurso de maquetas de Autoplacer en la edición de 2018 y comisarió en 2019 las Picnic Sessions del CA2M.

Marcos García | Es director de la agencia de producción y *management* AYUKEN MP desde 2004, donde han gestionado o gestionan las carreras de artistas como Los Estanques, Morgan o Grises, además de programar ciclos de conciertos, producir giras en europa y LATM o trabajar la producción técnica para festivales como Sonorama Ribera, Resurrection Fest o Tsunami. También ha formado parte de los departamentos de *booking* y producción de oficinas como Subterfuge, Conciertos Sublimes o Houston Party y dirige la producción técnica de artistas como Mala Rodríguez.

Edu Giradiscos | Giradiscos es agencia de contratación, promotora de conciertos y a veces también sello discográfico. Con base en Madrid pero operando en toda la península, llevamos desde 2006 organizando conciertos y giras para los artistas más arriesgados e innovadores de todo el mundo, convirtiéndonos en prescriptores de los sonidos más nuevos. Entre los proyectos en los que hemos trabajado destacan: 2020 dirección artística de San Isidro, las fiestas patronales de Madrid /2019 comisariado de la Verbena del Centenario, 100 aniversario de la construcción del palacio de Cibeles, actual sede del Ayuntamiento de Madrid. / 2019 comisariado de la residencia artística de Les Filles de Illighadad y Damián Schwartz para el Centro de Residencias Artísticas de Matadero Madrid. / 2017 comisariado de la Plaza en Invierno de Matadero Madrid. / 2013-2017 dirección artística y contratación del Festival Villamanuela.

Alberto González Pulido | (Las Palmas de Gran Canaria 1988) Consultor de propiedad intelectual, asesor de derecho mercantil y especialista en derecho de la cultura y libertad de expresión. Director del departamento de derecho mercantil UNED Las Palmas 2014-2015. Coordinador de GAN España de Freemuse y directivo de AICAV; y miembro del Instituto de Arte Contemporáneo, Cultura, Asociación Española de Gestores del Patrimonio Cultural, DENAE, IETM - International network for contemporary performing arts, Reporters Without Borders. Colabora con KREAE, Amnistía Internacional, y Fundación Gregorio Peces Barba. Doctorando en Derechos Humanos: Retos Éticos, Sociales y Políticos de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad de Deusto (UD) 2020-2025. Asistente de investigación en la Cátedra Iberoamericana Alejandro Roemmers de Industrias Culturales y Creativas de la Universidad Miguel Hernández. Investigador en Biblioteca Nacional de España, MNCARS y CED.MACBA.

Tommaso Marzocchini | (Florencia, 1985) Es productor interesado en prácticas artísticas, mediación y comunicación en cultura, y en proyectos participativos de carácter experimental. Es Máster en Estudios Avanzados en Historia de Arte por la Universidad de Barcelona y Máster en Comunicación, Cultura y Ciudadanía Digital

por la URJC de Madrid. Forma parte del equipo curatorial de Intermediae Matadero desde el año 2010, un espacio de producción e investigación sobre prácticas artísticas vinculadas con el contexto, que abren un diálogo entre el afuera y el adentro de la institución artística. Destaca su implicación en la puesta en marcha de proyectos relacionados con programas de permeabilidad institucional como Terrario en Abierto, que entienden el comisariado como un ejercicio de escucha y conversación constante entre comunidades locales e institución. A la vez que en los proyectos pilotos de intervenciones en el espacio público que nacen a partir del diálogo entre vecinos y vecinas de distintos distritos de Madrid, colectivos artísticos de intervención crítica urbana y la administración.

Francisco Meneses | (Madrid, 1983) Músico, ingeniero de sonido y productor desde hace 20 años, ha formado parte de multitud de bandas entre las que destaca Fuckaine, el proyecto que, junto a Tábata Pardo, más reconocimiento ha tenido ganando premios entre ellos el Día de la Música 2013, Redbull Music Academy 2013 o Dcode 2013, compartiendo escenario con bandas como The Drums, No Age, Pony Bravo entre muchas otras. En 2012 funda Manufacturas Sonoras junto a Koke Diez. Un estudio modesto en el centro de Madrid por el que pasan figuras de la talla de Jaime Urrutia, The Coup, Juanito Makandé, Def Con Dos y un largo etcetera. Cinco años más tarde construyen Metropól Studios; uno de los estudio mejor valorados de toda España por el que han pasado bandas de lo más diverso y creando modelos de negocio que está fomentando un rápido crecimiento inusual para esta clase de propuesta.

Elisa Pérez | (Madrid, 1989) compone y produce música bajo el nombre de Caliza. Tiene dos álbumes, Medianoche/Mediodía (Discos Walden, 2015) y Mar de cristal (Gramaciones Grabofónicas, 2018), aparte de algunos singles y colaboraciones. Entre 2009 y 2016 había sido baterista de los grupos madrileños Cosmen Adelaida y Rusos Blancos. También ha trabajado en la industria discográfica, primero en Universal Music, en comunicación digital, y hasta hace poco en Music As Usual, casa española de sellos como Warp, Caroline o Domino Records, en labores de promoción y comunicación. Actualmente hace diseño gráfico para artistas y trabaja en el tercer disco de Caliza.

Natalia Piñuel Martín | Historiadora del arte por la Universidad de Salamanca y comisaría desde la plataforma Playtime Audiovisuales, con base en Madrid, de la que es cofundadora. Playtime Audiovisuales, se dedica desde el año 2007, a la difusión del audiovisual contemporáneo. Llevan a cabo proyectos curatoriales para centros de arte e instituciones culturales como Espacio Fundación Telefónica, MUSAC, Azkuna Zentroa o Tabakalera y a nivel internacional con la AECID y el Instituto Cervantes. Entre los proyectos más destacados de la plataforma se encuentran *Visiones contemporáneas* - últimas tendencias del cine y el vídeo en España- con sede en el DA2 desde el año 2013 y la bienal dedicada a la performance audiovisual *El cine rev[elado]* en el Centro de Arte Dos de Mayo (CA2M) de Madrid, desde el 2014. Desde el año 2015 y hasta el 2018, es programadora de la Muestra de cine contemporáneo español- *LA OLA*- Además de trabajar como distribuidora de cine y video independiente. Coordina el proyecto y festival, *She Makes Noise* que se celebra anualmente en La Casa Encendida. Un festival multidisciplinar que visibiliza el

papel de la mujer en el audiovisual contemporáneo y la cultura electrónica. El festival lleva en marcha desde el 2015. Colabora regularmente en otros medios, tanto online como impresos, siendo activa en los temas y debates de género. También como conferenciante y docente, habiendo en los últimos años impartido charlas y mantenido encuentros en los marcos de Medialab-Prado, Universidad Politécnica de Valencia, Universidad Complutense de Madrid, Festival de las Artes de Castilla y León, Filmoteca Española, Etopia de Zaragoza e Impact Hub en Madrid. Su labor como docente, pasa por el MASTER LAV tanto en, tutorías de audiovisual, como en el Master de especialización en Estudios Sonoros (2019-2020). Ha dado clases en la Escuela LENS, el IED Madrid, el programa de Cursos y talleres de La Central y el Curso de Gestión Cultural de La Casa Encendida. En octubre del 2014 ha publicado *Ellas hacen ruido* -Panorama España- editado por Las Lindas Pobres, una historiografía de la música electrónica en España desde la perspectiva de género. En 2018, realizó invitada por TVE el especial *Carta Blanca* del programa *Metrópolis* dedicado a la música electrónica producida por mujeres. En 2016 debuta con el proyecto sonoro *DERIVA* donde a través de Djs sets, realiza recorridos musicales con creadorxs de música electrónica como protagonistas. Los sets han podido escucharse en Matadero Madrid, Congreso Cultura y Ciudadanía (organizado por el Ministerio de Cultura), Muestra In-Sonora, Sala Siroco, Restaurante Nouvel (Museo Reina Sofía), Espacio artístico S.A.D, Fluido Rosa de R3 o Resonancias, comisariado por female:pressure para Radio3. Desde febrero a octubre del 2019, dirige y presenta en la Emisora Pública M21 Radio- Madrid el programa de arte contemporáneo con perspectiva de género; *Eléctrica y Porosa*. En 2020, recibe una Beca desde la Bienal MAV para escribir y editar la publicación *Ellas hacen ruido-Panorama Internacional*.

Sonsoles Rodríguez | (Zaragoza, 1984) Licenciada en Periodismo en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense y MBA en Empresas e Instituciones Culturales por la Universidad de Salamanca. En 2010 se incorporó al equipo de coordinación de contenidos de Matadero Madrid. En esta institución ha sido responsable de numerosos proyectos vinculados con el espacio público: festivales, conciertos, actividades participativas... También ha definido y coprogramado muchos de ellos, y ha participado en la elaboración de las líneas de programación del centro relacionadas con la música, la participación y la juventud (2010 - 2017). En 2017 se sumó al equipo del recién creado Centro de Residencias Artísticas de la misma institución, donde en la actualidad coordina, entre otros, el programa de residencias de Música. En paralelo, en los últimos años, ha desarrollado la programación y el comisariado de varios ciclos de conciertos en el Museo Nacional Thyssen-Bornemisza (2017-2019). También hace música y toca el bajo en el grupo de riot girrrls Las Odio. En el pasado ha sido miembro del grupo de post-punk Las Cruces.

Mar Rojo | (Madrid, 1982) es la actual programadora de la sala El Sol de Madrid tras estar durante más de cinco años al frente de la dirección artística de Moby Dick Club. Doctora en Comunicación Audiovisual, forma parte de la junta de MIM (Mujeres en la Industria de la Música). Desarrolla sus primeros años de carrera en la producción entre Roma y Madrid. Fundadora de la promotora de conciertos La Estanquera Presenta S.L. siempre ha tenido pasión por la producción de eventos culturales, tanto musicales como relacionados con el audiovisual en el sector público y privado. Así, compagina

la dirección de producción del festival Sound Isidro con colaboraciones en festivales como Primavera Sound o Tomavistas y ha trabajado con el Instituto Cervantes de Roma, en la Consejería de Cultura de la Comunidad de Madrid, y recientemente ha curado parte de la programación musical del ciclo Veranos de la Villa. En el último año ha impartido seminarios en BIME Campus, Casa Encendida y en los Masters de Industria Musical del Campus Las Musas, y de la Universidad Carlos III de Madrid, además de crear The Rider Sessions, un canal didáctico en Youtube sobre producción e industria musical.

Jose Salas | (*Madrid, 1977*) profesional con una amplia trayectoria en el ámbito del diseño gráfico, editorial y multimedia, en la producción audiovisual y, en general, en la comunicación aplicada a la cultura, áreas en las que he desempeñado cargos de director creativo, jefe de proyectos, director de arte, diseñador, productor, realizador y editor de vídeo. Como gestor cultural independiente he dirigido varios proyectos curatoriales, promovido actividades de investigación, he ejercido la docencia, y trabajado en eventos ligados a las artes plásticas y audiovisuales. Mis intereses y mi manera de entender la cultura, desde el compromiso, me han llevado a formar parte de manera activa en el entramado cultural de la ciudad, tanto desde mi estudio Machines Désirantes Buró y en proyectos colectivos independientes como Fast Gallery, Silly Europeans, Alkomerz (Berlín), Paraíso Madrid, Sonda Dispersa (M21 Radio), como para instituciones tales como CA2M, La Casa Encendida o Matadero Madrid. Una parte principal es mi relación con la cultura del ocio musical, concretamente la escena de clubes de música electrónica (de baile y escucha), donde trabajo como creador, Dj, Vj y experimentalista audiovisual, así como promotor, programador y comunicador de clubes y ciclos de este tipo de música. Actualmente formo parte de la célula a_mal_gam_a y del colectivo CALMA, además de colaborar de manera ocasional con otros proyectos de colectivos similares.

Gonzalo Sanz Arranz | (*Madrid, 1992*) Licenciado en Derecho y abogado autónomo por necesidad. Como productor musical ha trabajado con artistas como Megansito el Guapo, C.I.A.N.U.R.O. y el colectivo Espíritu Escalera entre otros, y en el ámbito de la publicidad con marcas como Fifa 21 o Hugo Boss. Cantante y sintetizadores de la banda Somos La Herencia, cuyo primer disco, Dolo (Humo Internacional, 2020) vio la luz en los primeros meses de pandemia. También forma parte de Mosul Mosul, colectivo artístico musical con especial interés por los sonidos electrónicos menos normativos desarrollados en diferentes formatos, que apuesta por las sinergias generadas en la mezcla de los mismos.

Estrella Serrano Tovar | es gestora cultural, licenciada en Humanidades por la Universidad Autónoma de Barcelona y máster en Gestión Cultural por la Universidad Carlos III de Madrid. En el departamento de Programas Culturales del Museo Reina Sofía (2010-2012) se ha aproximado a la experimentación institucional desde la praxis y el abordaje crítico entre el arte y la sociedad contemporánea. Colaboró en la

creación del Centro de Estudios del Museo y los Programas de Estudios Avanzados en Prácticas Críticas (Somateca, Teatralidades expandidas y Transformaciones Urbanas). También ha coordinado proyectos culturales de diversa índole como ciclos de cine, residencias, performance, conferencias... entre las que destacan La internacional Cuir (comisariada por Paul B. Preciado) y el trabajo con colectivos como Observatorio Metropolitano o Red Conceptualismos del Sur. Amplía su experiencia en materia de promoción y cooperación cultural en el exterior tras su paso por el área de música y literatura del departamento de Actividades Culturales del Instituto Cervantes de Madrid (2013) y por el departamento de Cooperación y Promoción Cultural de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (2013-2015), donde trabajó en la internacionalización de proyectos de Artes Visuales y en la coordinación del proyecto curatorial de Martí Manen “Los Sujetos” en el Pabellón de España de la Bienal de Venecia 2015. En 2017 ingresa al Cuerpo estatal de Técnicos de Museos. Desde enero de 2020 inicia una nueva andadura como Responsable del departamento de Actividades Públicas y Educación del CA2M trabajando con artistas de la escena contemporánea que comparten su práctica en las actividades que diseñan juntas de forma específica y entendiendo las relaciones que se establecen con la comunidad más cercana como una parte fundamental del trabajo.

Coordinación, edición y redacción de textos

Roberto Salas

Ilustraciones, portada e interior

Daniel Puiggròs

www.danielpuiggros.net

Miembros colectivo Autoplacer/Sindicalistas

Manuel Moreno

Adolfo Párraga

Roberto Salas

Actividades Públicas y Educación del CA2M

Estrella Serrano Tovar

Participantes

Sara Brito García

Dani Cantó

María Eguizabal

Patrizia Di Filippo

Andra Galaxina

Marcos García

Edu Giradiscos

Alberto González Pulido

Tommaso Marzocchini

Francisco Meneses

Elisa Pérez

Natalia Piñuel

Sonsoles Rodríguez

Mar Rojo

Jose Salas

Gonzalo Sanz

Fotografías por Autoplacer/Sindicalistas.

Comunidad de Madrid, febrero de 2021.

Autoplacer

Con la colaboración de:

CA2M



Centro de Arte Dos de Mayo
Comunidad de Madrid