

<https://info.nodo50.org/Emily-y-la-generacion-digital.html>



Emily y la generación digital

- Noticias - Noticias Destacadas -



Fecha de publicación en línea: Miércoles 27 de junio de 2012

Copyright © Nodo50 - Todos derechos reservados

Reflejamos la traducción del intercambio entre una becaria del programa *All songs considered*, Emily White (21 años), que ha comprado tan sólo 15 discos en toda su vida y tiene unas 11.000 canciones en su iTunes, y el horrorizado David Lowery (Camper Van Beethoven y Cracker).

[Vagos.es cierra tras recibir una notificación de la 'Ley Sinde'](#)

[Nueva denuncia contra la SGAE por supuesta apropiación de 'derechos anónimos'](#)

*Interesante intercambio de pareceres a partir de un [post en el blog de la NPR](#) (National Public Radio) estadounidense escrito por una becaria del programa *All songs considered*, Emily White (de casi 21 años), en el que explicaba su experiencia como oyente de música y reconocía haber comprado tan sólo 15 discos en toda su vida y, sin embargo, contar con una biblioteca musical de 11.000 canciones en su iTunes. A ese post le respondía el músico David Lowery [en el blog *The Trichordist - Artists for an ethical internet*](#). Por el interés que tiene tanto el planteamiento de Emily (por lo que de significativo tiene sobre los usos y costumbres de las nuevas generaciones - y no tan nuevas - con la música grabada) como la documentada y reflexiva respuesta de David, he traducido ambos escritos del inglés al castellano. Pido disculpas de antemano por las posibles imprecisiones de mi traducción y agradezco que se me comuniquen esas imprecisiones (y errores) para tratar de difundir el texto con la mayor claridad y fiabilidad posible. Gracias, Carlos Pérez Cruz.*

El post de Emily White

PARA EMPEZAR, NUNCA HE TENIDO MÚSICA EN PROPIEDAD

Días antes de empezar mis prácticas en 'All Songs Considered', Bob Boilen publicó en este blog un artículo titulado "Acabo de borrar toda mi música". El texto se refería a que confiaba su inmensa librería musical privada a la nube. Aunque a mucha gente que respondió al artículo le pareció un paso audaz, a mí no me lo resultó para nada.

Yo no he pasado nunca por la transición de lo físico a lo digital. Tengo casi 21 años y desde que empecé a amar la música me ha chiflado internet.

Soy una oyente ávida de música, oyente de conciertos y DJ de mi radio universitaria. Mi mundo está centrado en la música. Sólo he comprado 15 CDs en mi vida. Y a pesar de eso mi librería de iTunes sobrepasa las 11.000 canciones.

Ojalá pudiera decir que echo de menos el envoltorio y las notas del libreto y me lamentara por las caídas en las ventas de discos que el mundo digital ha causado. Pero la verdad es que nunca he apoyado la música física como consumidora. Con el papel tan importante que han tenido los músicos y los discos que he escuchado en mi vida y nunca he gastado dinero en ellos, más allá de en las entradas de los conciertos y en camisetas.

Pero yo no he descargado de forma ilegal (la mayoría) de mis canciones. Unas pocas, lo admito, con el programa de intercambio de archivos Kazaa durante un tiempo cuando estaba en 5º grado. Algunas son de mi familia. He intercambiado cientos de Cds recopilatorios con amigos. El día de mi graduación cogí mi iPod de casa y volví con 15 gigas de Big Star, The Velvet Underground y Yo La Tengo (le debo una).

Durante mi primer semestre en la universidad, mi librería musical se incrementó más del triple. Paso horas sentada en el suelo de la emisora de radio de mi universidad copiando música a mi ordenador. Durante años las paredes estaban revestidas con cientos de discos de promoción que enviaban las compañías y los sellos a nuestra emisora.

Todos esos CDs han desaparecido. La librería de mi emisora está ahora completamente digitalizada, y esa es mi experiencia como oyente.

Si mi ordenador muriera y mi disco duro desapareciera mañana, ciertamente lamentaría la pérdida de mis más de cien *playlist*, particularmente de los archivos con todos mis programas en la radio de la universidad. Pero también podría reconstruir mi “librería” de forma bastante fácil. Si quisiera escuchar algo que todavía no tenga en mi colección, podría encontrarlo en *stream* en Spotify.

A medida que he ido creciendo, me he dado cuenta de la gravedad que implica para los músicos a los que admiro compartir archivos. No puedo apoyarlos solamente comprando entradas para conciertos y camisetas. Pero, honestamente, no creo que mis compañeros ni yo paguemos nunca por discos. Creo que pagaremos por la comodidad.

Lo que quiero es algo masivo, como el catálogo de música de Spotify, que se sincronice con mi teléfono y con mis dispositivos domésticos de entretenimiento. Con esta nueva base de datos universal, cualquiera tendría un cómodo acceso a todo lo que exista grabado, y los *royalties* por rendimiento serían distribuidos en base a los contadores de reproducción (con suerte con más dinero para los artistas que en el modelo actual). Todo lo que necesito es la posibilidad de escuchar lo que quiera, cuándo y como quiera. ¿Es demasiado pedir?

La respuesta de David Lowery

CARTA A EMILY WHITE

Emily:

Mi intención no es ni avergonzarte ni hacerte sentir culpable. Pienso que todavía estás del lado de los músicos y de los artistas y que simplemente estás tratando de encontrar la manera de hacer lo correcto. Aplaudo tu coraje al admitir que no pagas por la música, y que no quieres hacerlo, pero te estás enfrentando a las implicaciones morales que eso conlleva. Creo que se te han planteado algunas falsas disyuntivas que son muy parecidas a las que escuchamos de voz de los adeptos a la “Cultura Libre”.

Debo discrepar con la premisa que subyace en lo que has escrito. Compensar de forma justa a los músicos no es un problema que corresponda resolver a los gobiernos ni a las grandes corporaciones. No les corresponde a ellos convertir en algo “práctico” que tu comportamiento falte a la ética. (Además, ¿es tan incómodo descargar una canción de iTunes a tu iPhone? ¿Es tan duro teclear tu contraseña? Creo que millones estarían en desacuerdo).

Por el contrario, ser justos con los músicos es un problema que requiere que cada uno de nosotros mire sus propias acciones, valores y decisiones, y trate de anticipar sus consecuencias. Diría que, como con tantas otras políticas en nuestra sociedad, nos corresponde a nosotros, de forma individual, presionar a nuestros gobernantes y a las corporaciones privadas para que actúen de forma ética y justa cuando de derechos de los artistas se trate. No al revés. No podemos esperar que estas entidades actúen frente a la miríada de pequeñas transacciones que conforman una vida ética. Diría que, como adulta de 21 años que quiere trabajar en el negocio musical, es especialmente importante que puedas enfrentarte a estos problemas éticos tan importantes.

He sido profesor universitario de economía aplicada al negocio de la música en la Universidad de Georgia durante los dos últimos años. Por desgracia para los artistas, la mayor parte de los alumnos comparten tu actitud frente a la compra de música. Hay una desconexión entre su comportamiento personal y la mayor injusticia social que está teniendo lugar. Parece que has interiorizado que copiar 11.000 pistas en tu iPod en comparación con tu compra de 15 CDs en tu vida es algo que percibes como bastante desproporcionado.

Parece que también reconoces que no sólo estás robando a los sellos discográficos, sino que también a los artistas y a los compositores de esa música que tú “no compras”. Realmente no importa que tomes esas canciones de un sitio de intercambio de archivos. Parece una hábil forma de elusión, pero diría que eso desde la perspectiva de un artista es algo irrelevante.

Hay dos formas típicas en que mis alumnos justifican sus desproporcionadas decisiones. No estoy tratando de crear un “chivo expiatorio”, pero tengo muchas experiencias y anécdotas al respecto.

“Está bien no pagar por la música porque las compañías de discos roban a sus artistas y no les pagan nada”. En la gran mayoría de los casos, esto no es verdad. Ha habido algunos abusos de sellos discográficos que han sido muy publicitados. Pero la mayoría de los contratos discográficos especifican *royalties* y anticipos a los artistas. Es importante entender lo de los anticipos

- un prepago de los rendimientos por *royalties*.

No son una deuda, más bien una apuesta. El artista únicamente tiene que “devolver” (o “recuperar”) el anticipo por las ventas de discos. Si no hay ventas o son insuficientes, el anticipo lo amortiza la compañía discográfica. Así que es falso decir que las compañías no pagan a los artistas. La mayor parte del tiempo no sólo pagan, sino que apuestan por ellos. Naturalmente las apuestas a costa de los sellos serán cada vez más pequeñas y los anticipos menores.

En segundo lugar, *por ley* el sello discográfico debe pagar a los compositores (que también pueden ser artistas) algo que se llama “*royalties mecánicos*” por las ventas de CDs o por las descargas de la canción. Esto se paga con independencia de si se recupera o no por la grabación. Es una tasa predeterminada, y la licencia es obligatoria. Lo que significa que los sitios de intercambio de archivos podrían obtener esa licencia si así lo quisieran, al menos por la canción. Pero no lo hacen. No quieren pagar a los artistas.

Tienes que tener en cuenta además que la mayoría de los artistas publica sus discos de forma independiente, de modo que no hay una compañía discográfica “real”. En general es un sello propiedad del artista. En la gran mayoría de los casos estás tomando dinero directamente del artista. ¿Cómo sabe uno qué sellos son propiedad de un artista? No está siempre claro. Pero incluso en el caso de los sellos discográficos empresariales, ¿no deberían obtener una recompensa por las apuestas que hacen y que te proporcionan las grabaciones con las

que luego disfrutas? No es que el dinero vaya a una hoguera en mitad del bosque mientras unos sacerdotes celebran misas negras y sacrificios de animales Normalmente parte de ese dinero fluye de vuelta a los artistas, ingenieros y a la gente que como tú se gradúa de la universidad y logra un puesto en la industria. También los sellos discográficos te envían todos esos CDs que pincháis en las radios universitarias.

Los artistas pueden ganar dinero en la carretera (o su variante "los artistas son ricos"). El ingreso promedio de un músico que paga impuestos es algo así como de 35000 dólares sin derecho a prestaciones. La gran mayoría de músicos no ganan dinero significativo en la carretera. Hasta hace poco, la mayor parte de la actividad de las giras era una pérdida de dinero. La idea era que los artistas recuperaran las pérdidas con las ventas de discos. Esto se ha invertido por la lógica financiera del uso compartido de archivos y el *streaming*. Ahora giras para conseguir grabar discos si eres muy, muy afortunado. De lo contrario, pagas de tu propio bolsillo para poder grabarlos. Sólo los músicos que están muy arriba ganan ALGO de dinero en la carretera. Y sólo el 1% del 1% logra recaudar de forma *significativa* en la carretera. (Por ahora).

En los últimos doce años he visto cómo los ingresos de los artistas se derrumbaban.

Los ingresos por grabaciones han descendido un 64% desde 1999.

¡¡El gasto per cápita en música es un 47% menor que en 1973!!

El número de músicos profesionales ha descendido un 25% desde 2000.

De los 75.000 discos publicados en 2010, sólo 2000 vendieron más de 5000 copias. Sólo 1000 vendieron más de 10.000. Sin entrar en detalles, 10.000 discos es el punto de inflexión en el que los artistas independientes comienzan a obtener beneficios de la producción profesional de discos, marketing y promoción.

A nivel personal, he sido testigo del empobrecimiento de muchos artistas que eran aclamados por la crítica, pero marginales comercialmente. En particular, dos queridos amigos: Mark Linkous (Sparklehorse) y Vic Chesnutt. Ambos artistas, a pesar de su creciente popularidad global, vieron cómo sus ingresos totales caían en la última década. No existe otra explicación excepto por el hecho de que los "fans" tomaron la nada ética decisión de coger su música sin compensar a estos artistas.

Poco antes de la Navidad de 2009, Vic se quitó la vida. Era mi vecino y vi cómo lo subían a la ambulancia. El 6 de marzo de 2010, Mark Linkous se pegó un tiro en el corazón. Cualquiera que conozca a estos músicos te dirá que ambos sufrían depresión. También te dirá que su situación estaba agravada por su situación financiera. Vic estaba sumamente endeudado con los hospitales y, entonces, se quejaba en público de que iba a perder su casa. Mark estaba viviendo en la miseria extrema en su remoto estudio en las Montañas Smokey, sin acceso adecuado a la atención de salud mental que necesitaba desesperadamente.

Te cuento estas dos historias no como dedo acusador o para avergonzarte. Simplemente para ilustrar que las "pequeñas" decisiones personales tienen verdaderas consecuencias, particularmente cuando millones de personas toman la decisión de no compensar a los artistas que supuestamente "adoran". Es una responsabilidad individual examinar las consecuencias de nuestras acciones. No corresponde a los gobiernos o

a las corporaciones que elijamos comportarnos de forma ética. Lo tenemos que hacer nosotros mismos.

Ahora, dicho todo esto, siento también una gran empatía por tu generación. Habéis crecido en un tiempo en el que los intereses tecnológicos y comerciales están intentando cambiar nuestros principios y moral. En lugar de utilizar nuestra moral y principios para guiarnos a través de los cambios tecnológicos, hay quien nos pide *cambiar nuestra moral y principios para adaptarnos a los cambios tecnológicos* – si una máquina puede hacer algo, debería hacerse. Aunque es la premisa de la que parten todas aquellas historias en las que “las máquinas enloquecen” desde Julio Verne o Fritz Lang, en este caso es exactamente lo contrario. Tristemente, veo los efectos de esta manera de pensar en muchos de mis alumnos.

Los intereses tecnológicos y comerciales han ejercido esta presión en gran medida a través del movimiento ‘Cultura Libre’, que está financiado por un puñado de grandes corporaciones tecnológicas y por sus fundaciones en Estados Unidos, Canadá, Europa y otros países. Tu carta muestra claramente que sientes que algo está profundamente mal, pero que no lo has identificado. Quiero felicitarte por hacer esto. También quiero ayudarte en la lucha contra este atropello.

El cambio fundamental en lo que se refiere a principios y moral es sobre quién logra el control y la explotación de la obra de un artista. La norma aceptada durante cientos de años de civilización occidental es que el artista tiene en exclusiva el derecho de explotar y controlar su trabajo durante un periodo de tiempo (Dado que las obras que son objeto de esta discusión son invariablemente cultura popular del tipo que sea, la duración del copyright es bastante irrelevante en un debate ético). Al permitir al artista que trate su trabajo como una propiedad real, el artista puede decidir cómo rentabilizar su trabajo. Ahora se nos pide deshacer esto no porque creamos que sea una forma injusta de compensar a los artistas, sino simplemente porque es posible para las corporaciones y para los individuos explotar tecnológicamente el trabajo de los artistas sin permiso a una escala masiva y global. Se nos pide que permitamos a estas compañías violar la ley sin que sean penalizadas o perseguidas. Se nos pide cambiar nuestra moral y principios para que coincidan con lo que yo considero modelos de negocios inmorales y faltos de ética.

¿Quiénes son estas compañías? Son sitios como The Pirate Bay o Kim Dotcom y Megaupload. Son compañías “legítimas” como Google que sirve anuncios a estos sitios a través de ‘AdChoices’ y ‘Doubleclick’. Son compañías como Grooveshark que operan en sitios de *streaming* sin permiso de los artistas y saltándose sus objeciones, pagando muchos menos *royalties* de los establecidos legalmente por el artista. Son capitalistas de riesgo los que recaudan dinero de estos sitios. Son los fabricantes de *hardware* que venden los alojamientos a estas compañías. Y así sucesivamente.

Lo que el respaldado movimiento de ‘Cultura Libre’ nos está pidiendo es análogo al cambio de nuestra moral y principios que permite el equivalente a un saqueo. Pongamos que existe un barrio en la gran ciudad en la que vives. Llamémoslo ‘La Red’. En el barrio hay tiendas de discos. Por razón de unas antiguas leyes, ‘La Red’ no ha contado nunca con fuerzas policiales. Así que en el barrio se saquean todos los productos de los estantes de las tiendas de discos. La gente sabe que está mal, pero lo hace porque sabe que rara vez será castigada por hacerlo. Lo que el movimiento comercial ‘Cultura Libre’ (mira la “economía híbrida”) nos pide es que en vez de enviar fuerzas policiales a este barrio, sencillamente deberíamos cambiar nuestros valores y moral para aceptar este comportamiento. Deberíamos cambiar nuestra moral y nuestra ética y aceptar el saqueo simplemente porque es posible salirse con la suya. Y nada más libre que salirse con la suya, ¿verdad?

Pero es peor que eso. Resulta que Verizon, AT&T, Charter, etc, etc, están cobrando un peaje para acceder a

este barrio y conseguir las cosas gratis. Además, empresas como Google venden mapas (resultados de búsqueda) que te dicen dónde está ese material que deseas como botín. Empresas como Megavideo cobran por sus servicios de saqueo de alta velocidad (cuentas Premium para descargar más rápido). Google vende también anuncios en el barrio y comparte los ingresos con todos excepto con la gente que crea el material que es saqueado. Además, con el fin saquear, necesitas tener un portátil de 1000 dólares, un iPhone de 500 dólares o una tableta Samsung de 400. Resulta que las cosas supuestamente “libres” realmente no son tan libres. De hecho, se trata de una solución cara para obtener música “de manera gratuita”. (Como sucede con la mayoría de presuntas “innovaciones rompedoras”, resulta que en otro lugar existen subvenciones que acaban resultando caras). Las compañías están realmente ganando dinero con esta actividad de saqueo. ¡Las compañías sólo hacen caja si tú cambias tus principios y moral! ¡Y nada de ese dinero va para los artistas!

Lo creas o no aquí es donde empieza el problema con Spotify. Internet está lleno de historias de artistas que detallan lo poco que reciben de Spotify. No las repetiré aquí. Son épicas. Spotify no existe en el vacío. La razón por la que pueden salirse con la suya y pagar tan poco a los artistas es porque la alternativa es ‘La Red’ en la que la gente ya ha adquirido todo lo que necesita para robar música de forma gratuita. Aunque ahora algo *como* Spotify pueda ser una solución sobre cómo compensar a los artistas de forma justa en el futuro, es ahora cuando no es un sistema justo. Mientras el consumidor actúe en base a decisiones faltas de ética para apoyar a los saqueadores, Spotify no compensará a los artistas de forma justa. Sencillamente no hay presión del mercado. Sin embargo, el director ejecutivo de Spotify es la décima fortuna de la industria musical británica por encima de todos menos de uno de los artistas de su servicio.

Así que volvamos atrás y miremos qué te habría costado apoyar de forma ética y legal a los artistas.

Te voy a dar un respiro. Ni siquiera voy a tener en consideración el tema de las compañías discográficas. Vamos a imaginar por tu bien que las compañías discográficas no son sellos de músicos y que todos los sellos son el diablo y no merecen dinero alguno. Hagamos el cálculo basado exactamente en lo que el artista debería hacer. Primero, el *royalty* mecánico para los compositores. Generalmente es el propio artista. Por ley, este *royalty* supone pagar 9,1 céntimos por canción de cada descarga o copia. Eso supone 1001 dólares por tus 11.000 canciones. Ahora supongamos que el artista tiene una media del 15% en *royalties*. Se calcula al por mayor. Confía en mí, esto viene a ser 10,35 céntimos por canción o 1138,50 dólares. Por lo que para ética y moralmente “hacer el bien” con los artistas necesitarías pagar 2139,50 dólares.

Como estudiante estoy seguro de que esto te parece una asombrosa suma de dinero. Y en cierto modo lo es. Al menos hasta que tomes en consideración que probablemente has acumulado todas esas canciones a lo largo de un periodo de 10 años (5º grado). Así que supone 17,82 dólares al mes. Teniendo en cuenta que estás en los años principales de compra de música, admites que tu vida está “centrada en la música” y que eres DJ, esos 18 dólares al mes suenan a una ganga. Ciertamente mucho menos de lo que me gasté yo cada mes en música durante los cuatro años en que fui DJ de una radio universitaria.

Miremos otras cosas en las que tú (o tus padres) pueden gastar cada mes y comparemos.

Un smart phone con plan de datos: 40-100 dólares al mes.

Conexión a internet de alta velocidad: 30-60 dólares al mes. Espera, ¿usas la red universitaria? Bueno, dentro de los gastos matrícula se te está cargando una cuota de la parte más alta de esa escala.

Matrícula en la American University, Washington DC (excluyendo tasas, alojamiento, comida y libros): 2086 dólares al mes.

¿Seguro del coche o tarjeta de metro? ¿100 dólares al mes?

O simplemente echa un vistazo al valor de las aplicaciones web que usas para disfrutar de tu música:

2139,50 dólares = 1 smart phone + 1 iPod de gran capacidad + 1 macbook

¿Por qué pagas con dinero real todas estas cosas y no la música?

Las preguntas existenciales que ofrece tu generación como respuesta a esto son:

¿Por qué valoramos la red y el hardware que ofrece la música pero no la música en sí?

¿Por qué estamos dispuestos a pagar por ordenadores, iPods, smart phones, planes de datos, y acceso de alta velocidad a internet pero no por la música en sí?

¿Por qué damos con gusto nuestro dinero a algunas de las más grandes corporaciones del mundo pero no a las compañías o individuos que crean y venden la música?

Esta es una pequeña hipérbole para enfatizar la cuestión. Pero es como si:

Redes: Corporaciones mega gigantes: *¡Genial! ¡Tengo algo de pasta!*

Hardware: Corporaciones mega gigantes: *¡Genial! ¡Tengo algo de pasta!*

Artistas: 99,9% clase media baja: *¡Que os jodan! ¡Cabrones codiciosos!*

¡Te felicito! Tu generación es la primera de la historia que, para rebelarse, ha optado por desligarse del hombre para lanzarse a los brazos de los músicos raritos.

Estoy realmente asombrado por ello. Ya que parece que te encanta la primera generación de Rock Indie, yo como miembro fundador de la primera generación de bandas de Rock Indie estoy obligado legalmente a emitir esta orden: ¡Niños! ¡No piséis el césped! ¡Fuera!

Lo estáis haciendo mal.

Emily, sé que no estás diciendo exactamente lo que digo arriba. Por desgracia te has topado en medio de una lucha filosófica gigante entre artistas y poderosos intereses comerciales. A tu favor, está claro que estás

intentado resolver estas preguntas existenciales que se plantean a tu generación. Y en tu corazón te encuentras con la contradicción. Pero tengo que discrepar con la siguiente declaración:

A medida que he ido creciendo, me he dado cuenta de la gravedad que implica para los músicos a los que admiro compartir archivos. No puedo apoyarlos solamente comprando entradas para conciertos y camisetas. Pero, honestamente, no creo que mis compañeros y yo paguemos nunca por discos. Creo que pagaremos por la comodidad.

Lo siento pero, ¿qué tiene de incómodo iTunes y, digamos, iTunes Match (que permite el *stream* de tu música en todos los dispositivos) aparte de que hay que pagar? Lo mismo con el premium de Pandora, MOG y con los propietarios de otros servicios legítimos. No puedo imaginar otra forma de servicio legal de música que podamos usar que sea más simple que esta. ¡Y no es lo suficientemente cómoda!

Hay en definitiva tres “incomodidades” que para cualquier servicio legal DEBEN tener lugar:

1. crear una cuenta y proporcionar un método de pago (una vez)
2. escribir tu contraseña.
3. pagar por la música.

Así que lo que realmente estás diciendo es que no quieres hacer estas cosas. Esto es demasiado incómodo. Y supongo que la parte más incómoda es... el paso 3.

Está bien. Pero, a continuación, tienes que vivir con la elección moral y ética que hace que no pagues a los artistas. Y los artistas no cobrarán. Y eso no es culpa de alguna lejana y diabólica corporación. Es, en última instancia, tuya y de “tus compañeros”.

Puede que también encuentres que esto obstaculiza tus esperanzas de encontrar un trabajo en la industria musical. A menos que estés planeando trabajar gratuitamente. O a menos que pienses que Google está en la industria musical - lo que no es cierto.

Encuentro esto algo triste. Muchos de tu generación estáis dispuestos a pagar algo más para comprar café de “comercio justo”, que asegura que los trabajadores que cosechan el café son pagados de forma justa. Muchos de tu generación pagarían un poco más por comprar ropa y zapatos de fabricantes que certifiquen que no usan talleres clandestinos. Muchos de tu generación presionaron a Apple para que examinara las condiciones de trabajo de Foxconn en China. Tu generación es en gran parte responsable de los recientes cambios culturales que han logrado mayor igualdad para las parejas del mismo sexo. En casi todo, tu generación es mucho más ética y justa que la mía. Excepto por algo. Por los derechos de los artistas.

Al principio de esta carta he dicho que esperaba transformarte en una defensora que ayudara a músicos y artistas. Que alguien como tú, tan apasionadamente involucrada en la música es en definitiva el mejor aliado que los músicos pueden tener. Permíteme sugerirte humildemente algunas cosas:

En primer lugar, podrías comprar música de los artistas legalmente. ¿La mejor forma de asegurarse de que el dinero va directamente a ellos? Comprarla directamente de su sitio web o en sus conciertos. Pero si no puedes hacer esto, hay una amplia gama de servicios y sitios que te permitirán hacerlo convenientemente. Anima también a “tus compañeros” a hacerlo.

En segundo lugar, protesta activamente contra aquellos que se lucran explotando a los artistas sin compensación alguna. Los sitios para intercambio de archivos están ayudados por la publicidad de la web de las corporaciones. Protesta ante las corporaciones dando ejemplos concretos. Por ejemplo, digamos que tu artista favorito es Yo La Tengo. Si buscas en Google “descarga gratuita mp3 Yo La Tengo” llegarás a varios sitios que ofrecen descargas ilegales de las canciones de Yo La Tengo. He hecho *click* en el link a la web www.beemp3.com en la que he encontrado el disco completo titulado *I am not afraid of you and I will beat your ass* de Yo La Tengo.

También encontré un anuncio de la aseguradora Geico que parecía servido por el sitio de “Ads by Google”. No recibirás ninguna respuesta si escribes a un sitio de intercambio de archivos. Saben que lo que hacen está mal. Sin embargo, Geico podría estar interesado en esto. Y técnicamente la política de Google implica no apoyar sitios pirata, aunque parece que rara vez se cumple. La mejor manera de escribir a una gran corporación es buscar la página de “relaciones con los inversores”. Por alguna razón, siempre hay un ser humano al otro lado de ese formulario de contacto. También podrías escribir a tu diputado y senador y sugerirle que presente alguna forma para que se desvíe el flujo de dinero de publicidad hacia los artistas.

¿Y la importancia de los 2139,50 dolares que debes a los artistas? Por qué no donar algo a una organización benéfica que ayude a los artistas. Considera esto tu penitencia. De hecho voy a hacer un trato contigo. Por cada dólar que dones personalmente yo aportaré 500. Aquí tienes algunas sugerencias.

Nuci's Space. Este es un local de beneficencia en Athens, Georgia, para ayudar a la salud física y mental de los músicos. Este sería un buen lugar al que donar dinero si eras fan de Vic Chesnut.

<http://www.nuci.org/>

Music Cares. También puedes donar a este programa de beneficencia de la NARAS (de los Grammy).

<http://www.grammy.org/musicares/donate>

Health Alliance for Austin Musicians. Mis amigos hablan muy bien de esta organización.

American Heart Association Memorial Donation. Ya que te encantaban Big Star y Alex Chilton, ¿por qué no haces una donación a “The American Heart Association” en el nombre de Alex Chilton? (Alex murió de un ataque al corazón).

https://donate.americanheart.org/ecommerce/donation/acknowledgement_info.jsp?campaignId=&site=Heart&itemId=prod20007

Estoy abierto a sugerencias al respecto.

Te deseo sinceramente suerte en tu carrera en el negocio de la música y espero que esto te haya resultado al menos un poco esclarecedor.