

La industria musical recupera el optimismo

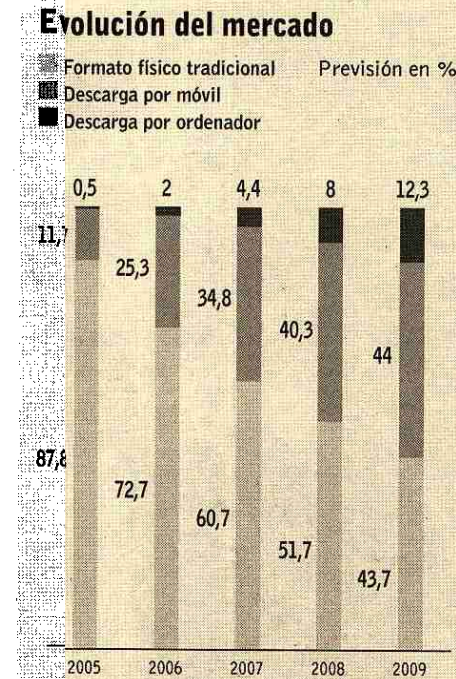
Las productoras confían en la red para remontar la caída de ventas

CARLOS G. ABAJO *Madrid*

Qué le dice un vendedor del *top manta* al presidente de los Productores de Música de España? "Jefes, tienen que acabar con los de internet, que nos están matando a todos." No es un chiste, sino un diálogo real citado por Antonio Guisasola, presidente de Promusicae, ayer al presentar los datos de ventas de música grabada de 2005, que siguen cayendo -un 5%- . Los productores se han rendido ya al proverbio "si no puedes con tu enemigo, únete a él", y apuestan por las descargas en la red; legales, eso sí, como no dejaron de repetir en toda la presentación Guisasola y otros representantes de la industria.

Promusicae agrupa a 70 discográficas, incluyendo a las cuatro multinacionales, Sony BMG, Emi, Warner y Universal. En 2005 vendieron 407 millones de euros, frente a los 431 del año anterior. En la rueda de prensa no faltaron las quejas contra la piratería y las reclamaciones al Gobierno, pero esta vez "hay motivos para el optimismo", según Guisasola. La esperanza es que las ventas digitales compensen la bajada de los soportes físicos, como ya está empezando a pasar internacionalmente. En 2005 los formatos clásicos bajaron un 6,7%, pero el mercado en conjunto solo cayó un 3%.

En este aspecto, España "está peor que otros países", aseguró Guisasola. Razones posibles son "la falta de costumbre de pagar por internet y la poca cobertura del ADSL". Otra, la escasez de campañas publicitarias. "Solo veo vallas de Ipod [el aparato reproductor de música de Apple],



Los más vendidos en 2005

Álbumes con precio superior a 7,50 €

Clasificación por ventas

Semanas en lista

1	42	Pájaros en la cabeza	Amaral (Virgin)
2	28	Zapatillas	El Canto del Loco (Sony BMG)
3	42	Il Divo	Il Divo (Sony BMG)
4	30	Fijación oral Vol. 1	Shakira (Sony BMG)
5	6	Voces de ultrarumba	Estopa (Sony BMG)
6	66	Mi sangre	Juanes (Universal)
7	14	Batuka Latín	Batuka (Vale Music)
8	15	Alivio de luto	Joaquín Sabina (Sony BMG)
9	36	Que el cielo espere sentao	Melendi (Carlito R.)
10	8	Ancora	Il Divo (Sony BMG)

Cinco Días

"El canon es una solución anticuada"

Antonio Guisasola se define como un "converso del *anticanon*". El presidente de los Productores de Música de España cree que el canon de los derechos de autor sobre las canciones es una "solución anticuada para un problema antiguo", y que "tenía sentido cuando no se podía controlar lo que se hacía con las canciones". Ahora, sistemas como el DRM per-

miten especificar el número de copias legales que su comprador puede hacer. "Siempre va a haber piratas que se lo salten, pero la mayoría de la gente no lo hace."

Guisasola descarta por "injusto" que se pague un canon sobre la música solo por tener una conexión a la red, y defiende otras posibilidades, como una tarifa plana musical.

pero no de *Itunes* [el sitio de descargas]. Pero Mariano Pérez, de Warner, no estaba de acuerdo: "En Italia y en Francia han hecho la misma campaña."

En todo caso, reconocieron que habían fallado en comunicación. Y que "falta un operador fuerte de ámbito local", dijo Guisasola. "Terra lo intentó pero no salió bien."

Aún no hay datos económicos de las descargas por internet, "aunque estarán antes del verano", según Guisasola. Lo que se sabe es que de los tres millones de canciones descargadas en formatos digital, el 85% fueron a través del móvil, que en 2005 supusieron 11 millones de euros, el 2,5% del mercado físico.

Interrumpido en dos ocasiones por el silbido de *La muerte tenía un precio* ("las previsiones no lucen halagüeñas, hubiera preferido un *Alaluyah*"), Guisasola subrayó que los productores no se llevan nada de las melodías en la mayoría de los casos, puesto que se trata de versiones, que solo pagan derechos de autor. La SGAE sí que incluye estas ventas en sus cálculos, según los cuales la industria facturó 480 millones de euros en 2005, frente a los 474,5 del año anterior.