

Conferència de Magnus Eriksson a horitzo.tv
La Capella, Barcelona
04.06.2008

• Sobre PB och Sverige

Deixeu-me començar amb unes paraules sobre Piratbyrå, perquè estic segur que no tothom està familiaritzat amb aquest nom.

Piratbyrå és un grup de suecs. En l'àmbit internacional ens coneixen sobretot per haver creat el rastrejador BitTorrent The Pirate Bay ("la badia del pirata").

Però a Suècia ens coneixen sobretot com una de les figures més destacades del debat sobre l'intercanvi d'arxius. A causa no solament de The Pirate Bay i les polèmiques que l'acompanyen, a Suècia es manté un debat molt intens sobre l'intercanvi d'arxius i els drets d'autor: a la premsa, a la televisió, als blocs, en seminaris, al món acadèmic i en la vida quotidiana.

Això no passava quan vam començar, l'any 2003.

En primer lloc, cal entendre que Suècia estava i està molt orgullosa de les seves indústries culturals: des de la idea actual d'exportar música sueca (construcció de marca i beneficis) fins a la història cinematogràfica, amb Bergman (una edat d'or que tenen l'esperança de recrear). En això, hi ha un orgull gairebé arrogant. El que et trobaves a la premsa majoritària de l'època era el *lobby* antipirateria, que presentava la pirateria com l'antítesi d'un clima cultural sa (reduïa els beneficis, impedia una rebergmanització). El fet de veure un potencial en l'intercanvi d'arxius era una provocació. A nosaltres ens semblava bo. Creava un clima cultural dinàmic, i les descàrregues gratuïtes eren una cosa amb què la societat del futur hauria de comptar.

Així doncs, qui forma part de Piratbyrå? Segons la definició que en fem, es podria dir que té entre cinc i mil membres.

Piratbyrå no consisteix en un grup determinat de gent, sinó en els enllaços i intercanvis entre les persones.

Funciona com una xarxa. I en una xarxa alguns enllaços són forts. Creen la confiança necessària per garantir la coherència de la xarxa. La mantenen unida. Hi ha d'haver una mena de nucli. Des d'aquest punt de vista, es podria considerar Piratbyrå com una organització. La majoria d'enllaços són fràgils. Creen les connexions necessàries amb altres grups, xarxes, cultures i escenaris.

Sense ells, Piratbyrå seria un afer intern per a un grup d'amics. Des d'aquest punt de vista, es podria considerar Piratbyrå com una conversa mantinguda ininterrompudament.

Tenim diferents graus de proximitat i distància. La proximitat permet l'intercanvi d'idees. La distància permet un desenvolupament independent i noves perspectives. L'oscil·lació entre aquests dos conceptes és el que dona lloc a una xarxa dinàmica.

Aquesta manera de treballar entra en conflicte amb la lògica dels mitjans de comunicació i la percepció que tenen de nosaltres els moviments socials i la política.

Els mitjans de comunicació de massa i d'altres, influïts per aquesta manera de pensar, sovint demanen... opinions, objectius, solucions, a favor o en contra, i representen l'Altra banda.

... Treballem a través de xarxes. L'objectiu no és una opinió, un programa, com en un partit polític, sinó l'experimentació, el desenvolupament, l'activitat, la producció. Per a nosaltres i per als altres.

Per fer-ho, cal un nou tipus d'ètica que no es basi en la formulació d'una meta ni d'un fonament moral comú.

Per tant, és inútil estar a favor o en contra de l'intercanvi d'arxius. Una còpia és immoral: només es pot decidir cas per cas si la còpia té bones o males conseqüències. Nosaltres evitem aquestes generalitzacions. La xarxa és una manera d'organitzar no sols les persones i la informació, sinó també les idees mateixes. No hi ha activitat fora de la xarxa, no es pot representar. Avui no som aquí perquè jo parli en nom de Piratbyrå; el que fem avui és constituir un exemple d'aquesta xarxa. Així doncs, les idees han de començar en un punt de la

xarxa per estendre's després; no s'ha d'intentar captar-ho tot de cop. (Per tant, no hi ha cap resposta per a la pregunta "de què viuran els artistes en el futur?"; només hi haurà diferents casos d'artistes que es guanyaran la vida, i unes idees i conceptes que es podran extreure d'aquests casos.)

La nostra prioritat no ha estat criticar ni reformar les lleis sobre la propietat intel·lectual, sinó mostrar que, en molts aspectes, hem superat els drets d'autor.

Malgrat les lleis, malgrat el que es fa per imposar-ne el compliment, els costums estan canviant, la cultura està canviant, les economies estan canviant.

El més interessant sembla sorgir a les zones grises: entre el que és públic i el que és privat, entre la legalitat i la il·legalitat.

No allò que diu la llei, sinó allò que és possible socialment, tècnicament. La llei, o com a mínim l'aplicació de la llei, té evidentment un fort impacte sobre allò que és possible, però la investigació del que és possible no es pot emprendre des de la perspectiva de la llei.

- Abundància

Pensar "més enllà dels drets d'autor" significa abolir el somni de La Solució, un model únic que substitueixi els drets d'autor i que serveixi per a tota mena d'activitat artística. Un model així no ha existit ni existirà mai. Les condicions per a les diferents activitats culturals són massa diferents.

Però hi ha tendències.

Si us interessa el futur de les indústries culturals, sabreu que més urgent que l'impacte econòmic de l'ús compartit d'arxius és el tema de l'impacte general de l'abundància d'informació, l'excés d'informació que avui tenim i què n'hem de fer. Com trobar la manera de crear un significat a partir d'una situació de sobreabundància cultural. Tenim més informació i cultura de la que mai podem arribar a pair.

D'aquí a 15 anys aproximadament, haurem arribat a un punt en què qualsevol dispositiu d'emmagatzematge, fins i tot si és de butxaca i barat, podrà contenir tota la música publicada, a punt per copiar-la en el dispositiu d'una altra persona.

[Bill Drummond] Exmembre de KLF i pirata informàtic especialitzat en música. *The 17*: una actuació oblidada.

Hi tenim una paradoxa, aquí.

D'una banda, el material protegit per drets d'autor constitueix el nostre món, els nostres records i el nostre entorn. Algú el posseeix i el controla, però gràcies a l'intercanvi d'arxius podem accedir-hi. Ja està descarregat, allà a fora, a la xarxa. I, com diu Bill Drummond, això és bo.

D'altra banda, aquestes obres són incapaces de crear un significat per si mateixes. Precisament a causa de la seva accessibilitat. Són records fragmentaris que cal complementar.

- Antipirateria

Però deixem de banda aquesta idea per un moment, tot i que és un tema més interessant i urgent que no l'impacte econòmic de l'intercanvi d'arxius. I no té sentit parlar de les imaginàries pèrdues de beneficis degudes a l'intercanvi d'arxius si no s'entén això: encara tenim antipirateria. Encara tenim una indústria dels drets d'autor, dedicada als beneficis a curt termini, a la protecció de recursos immaterials. Encara n'hi ha que volen portar el negoci igual que abans d'Internet. De fet, la indústria és més agressiva que mai.

ACTA:

Persegueix la distribució de material protegit per drets d'autor –Pirate Bay Killer–, però afecta tots els serveis que faciliten l'intercanvi d'arxius.

- Escorcolls de dispositius d'emmagatzematge a les fronteres.

L'antipirateria és alguna cosa més que un model empresarial. En un cert sentit, la pirateria sembla només una excusa.

La guerra contra la pirateria és una mena de microversió de la guerra contra el terrorisme, en nom de la qual s'imposen tota mena de limitacions. Però és també una qüestió de control. Per descomptat, la indústria dels drets d'autor vol que la gent sigui creativa i que faci el que vulgui; si no, no apareixeria nova música, ni nous estils de vida. Però també vol controlar aquesta creativitat, assegurar-se que el valor que es genera acabi sota el seu control i li doni beneficis. Vol que la cultura i la comunicació siguin manejables.

Així doncs, què és el que pretenen?

Reduir la cultura a contingut.

Volen definir la "creativitat" com la capacitat de crear el màxim nombre possible de productes finals reproduïbles.

Els aspectes relacionats amb els resultats artístics es consideren només com una cosa que cal deixar de banda, es consideren màrqueting o quelcom secundari.

S'obliden les conseqüències positives que podria tenir l'intercanvi d'arxius.

Aquesta perspectiva no és només avorrida i estèril, sinó també perillosa a causa de la idea mateixa d'Internet com a mitjà de comunicació. Internet és únicament un mitjà de distribució.

No és només una qüestió de diners, sinó de controlar els desitjos. El contingut és manejable, quantificable, previsible... fàcil de posseir.

Però no és això el que els sentim dir.

Tant se'ls en dóna el tipus de pregunta que els formulin: "De debò funciona l'antipirateria? No estan obsolets els seus models empresarials?"; la resposta és sempre la mateixa: (Tot el que sé és... Potser, però...) cal compensar els titulars dels drets pels esforços que inverteixen en la creació de les obres.

En primer lloc, la resposta és problemàtica en si mateixa. De debò volen dir que cal compensar qualsevol que creï alguna cosa? No, això només s'ha d'aplicar a algunes persones. N'hi ha prou amb una descàrrega gratuïta per complir els requisits de la compensació?

I el que cal compensar és el grau d'esforç invertit? No, el valor d'una obra d'art no es pot mesurar per les hores de treball.

Tot això esdevé encara més problemàtic si aquesta resposta està lligada a lleis més dures i mesures més restrictives per imposar-ne el compliment.

Com que no han entès el problema de l'abundància d'informació, poden afirmar que unes mesures més dures per imposar el compliment de la llei portaran a una millor compensació per als artistes. Però tots els estudis demostren que els usuaris més actius de l'intercanvi d'arxius són també els consumidors més actius de mitjans de comunicació, i que el més important actualment per a les empreses i les marques és guanyar-se la confiança dels consumidors o usuaris, forjar unes relacions, fer que la gent vulgui alguna cosa més que una còpia digital; per això, és evident que fa falta una altra estratègia. L'antipirateria destrueix la confiança, la confiança en les empreses dels mitjans de comunicació i en el mateix ordenament jurídic.

D'altra banda, si es té confiança, es pot fer el que va fer la banda Nine Inch Nails: permetre la descàrrega gratuïta del seu nou àlbum i, alhora, distribuir –i vendre– una capsa amb una edició limitada d'aquest àlbum per 300 dòlars.

Però deixant de banda el fet que l'antipirateria és una resposta absurda, quin és el problema que volen resoldre sense aconseguir-ho?

Crec que es pot formular d'aquesta manera:

Algunes persones, o més ben dit, moltes persones generen un valor –coses, coneixement, comunicació, cultura, programari– d'una manera que, en la nostra societat, es considera valuosa, important, però no disposem de cap sistema per quantificar i compensar, cap sistema per valorar els esforços individuals.

Les economies de mercat no són capaces de quantificar el valor (va massa ràpid, està massa repartit, és massa complex, massa micro). No hi pot haver una transacció monetària per a tots els intercanvis.

Comparar-lo amb els seus homòlegs no pot servir per calcular-lo (diuen que una cançó distribuïda gratuïtament equival a una pèrdua de valor d'aquesta cançó al mercat). Les hores de feina no poden quantificar-lo: és massa dinàmic i no lineal.

Els sistemes de distribució –siguin estatals o promoguts per un altre tipus d'iniciatives– no poden quantificar-lo.

- Arxiu

Actualment ens trobem en una fase, potser en una fase de transició, en la qual l'economia d'aquest tipus –informació digital– se centra en activitats complementàries. El valor que no es pot quantificar genera un valor quantificable en els mercats tradicionals. Per exemple, la cançó distribuïda mitjançant xarxes d'intercanvi d'arxius (que no és el mateix que comprar-la) genera un valor extra per als concerts en viu. Els blocs porten a la publicitat o presentacions, conferències. Per tant, els continguts digitals no són productes finals, sinó enllaços a altres mercats. És l'economia de l'atenció.

– La concessió del dret exclusiu d'accés als arxius és el seu model econòmic. Impedeix l'atenció.
– Els arxius perden importància.

Tinc moltes de les meves pel·lícules preferides guardades en un disc dur. No les veig mai. Obro la unitat, miro els arxius i dic: Vaja, tantes coses per veure. Vaja, tinc tan poc temps. Què s'hi pot fer?

La sensació alliberadora de no dependre d'una biblioteca mp3. La importància d'oblidar quan pots guardar-ho tot. La importància del present quan tens accés al passat sencer. La importància del context quan tens accés al contingut.

Les metadades, no les dades, són les que creen el significat. El record està lligat a les experiències, al present, al context. En els mitjans de comunicació que emeten notícies, una imatge borrosa captada amb un mòbil en el moment mateix en què es produeix un esdeveniment és més valuosa que una imatge en moviment d'alta qualitat feta mitja hora més tard.

Però anomenar-les activitats complementàries és potser una manera equivocada d'expressar-ho. En primer lloc, presenta les coses com si el contingut arxivat fos l'activitat principal i l'esdeveniment en temps real fos secundari. Per exemple, és com dir que la música de veritat és la que s'enregistra, perquè la música en viu és només un complement. No és cert. De fet, aquesta idea és molt recent. Abans la música enregistrada era allò que es considerava una amenaça per a les possibilitats de feina dels músics.

Però anomenar-les activitats complementàries també presenta totes dues coses com si estiguessin separades. Com si el fet d'aconseguir crear un mercat en l'àmbit digital donés lloc a una economia que torna als mercats tradicionals, com la música en viu, que no s'ha vist alterada per les transformacions digitals (com apunta Drummond, allò que no es pot escoltar a tot arreu). Però aquesta experiència en viu, en directe, no copiable, no és com era abans de

l'arribada del digital. El que avui diem aquí no es queda aquí. No s'ha de considerar com un esdeveniment anàleg separat de l'arxiu digital.

És important recordar-ho, perquè al començament l'arxiu i l'esdeveniment semblen no tenir cap relació. L'arxiu té a veure amb el record, la conservació, el filtratge del que cal recordar. L'esdeveniment té a veure amb l'oblit, el fet de deixar de banda, la pèrdua de temps. Però avui dia també incorporen una memòria.

Tots aquests esdeveniments estan en un procés constant d'arxiu. Participar-hi és participar en l'escena primordial de l'acte d'arxivar, de la creació d'un nou arxiu o d'un nou apartat en aquest arxiu en forma de xarxa que anomenem Internet.

Potser això és encara més cert com menys directa i tecnològica sigui la manera com està arxivat l'esdeveniment, cosa que permet als participants parlar en nom de l'arxiu, convertir-se en els seus guardians, fer-ne la seva interpretació. Com més llunyà i oblidat estigui un esdeveniment, més gran serà el significat dels fragments conservats, amb més força parlaran. (Potser després hi haurà un sopar informal que no s'enregistri, i la gent que hi assisteixi tindrà l'oportunitat de fer una interpretació de l'esdeveniment.)

Els arxius es creen en arxivar esdeveniments: l'escena principal està en primer pla; per exemple, YouTube (documentació), FaceBook (la informació està lligada als esdeveniments), Sartorialist (els estils són significatius només perquè algú va vestit d'aquella manera pel carrer; si sospitàssim que és una falsificació, això ho faria menys significatiu; o potser exactament aquí, entre el que és real i el que és imaginari, és on s'esdevenen les coses interessants), stureplan.se (aspirants a personatges famosos que hi surten només perquè els enregistren i quedin arxivats).

Bucle de retroacció entre els arxius digitals i els esdeveniments, entre el record i l'acumulació d'arxius, d'una banda, i l'oblit i la fugacitat de la participació en un esdeveniment, de l'altra. Podríem ser pessimistes i pensar que, per aquest motiu, no vivim mai els esdeveniments directament: mai no hi som en el moment precís. Només es viuen per quedar bé a l'arxiu. La veritat és que per a alguns és així, i és molt important no oblidar la pèrdua de temps i energia que impliquen els esdeveniments. Aquest esdeveniment està situat en algun punt entre el temps real i la seva inclusió en un arxiu. Quina seria la diferència entre veure això en viu o veure-ho enregistrat? Però un punt de vista més optimista és pensar que aquests esdeveniments poden arribar a ser més intensos a causa d'aquest vincle amb els arxius digitals. Diferents esdeveniments es poden connectar, sumar-se els uns als altres, estendre's com un virus. (Fixies)

- Barcelona

Tornem a l'economia, aquesta vegada al micronivell, perquè és on tot això es relaciona amb l'economia global. Perquè l'economia de l'era de la informació no la trobarem en la venda d'informació digital, en la concessió d'accés als arxius, en els drets d'autor, sinó que és exactament aquí: en els enllaços entre esdeveniments, experiències i allò simbòlic. Això és el que impulsa l'anomenada economia creativa a escala d'una regió o una ciutat. Avui tenim una competència global entre ciutats i regions pel treball qualificat, les empreses, el turisme i les finances. A mesura que tot això adquireix més mobilitat, les ciutats de tot el món competeixen per mantenir i atreure aquests fluxos de mercaderies, persones i diners.

Marques distintives. Certament, això es pot aplicar a Barcelona. Quan la indústria es trasllada a països més barats, cal instal·lar una altra cosa en el seu lloc.

S'ha de fer servir la vella història catalana com a capital simbòlic, juntament amb la nova arquitectura espectacular i una idea de l'estil de vida barceloní per atreure el turisme i el comerç, i diferenciar Barcelona de les altres ciutats: crear una marca per a la ciutat.

En aquest sentit, les activitats creatives tenen un paper fonamental: des dels grans projectes arquitectònics fins a escenaris, esdeveniments i projectes a petita escala, alternatius o independents. Tots queden atrapats en el joc de la indústria creativa.

Es converteixen en capital simbòlic relacionat amb l'experiència de Barcelona, cosa que conferirà a la ciutat un avantatge competitiu.

Per tant, a Barcelona s'organitzen actes, es formen cultures, es configuren xarxes.

Tot això rep un suport i es converteix en capital simbòlic, creant un arxiu d'allò que és Barcelona. Això s'utilitza per atreure turistes, diners, etc., a Barcelona.

El desenvolupament té els seus inconvenients. En primer lloc, les repercussions que té l'arribada a Barcelona de més turistes i diners.

Això sol comportar l'augment dels preus dels immobles, l'increment del trànsit, l'encariment de la vida i més marques globals que ocupen el lloc dels comerços distintius de la ciutat.

Des d'un punt de vista estrictament econòmic, això té uns efectes negatius a llarg termini, perquè la ciutat perd allò que la fa diferent, l'atracció basada en el fet que Barcelona no és com les altres ciutats. Aquests nous esdeveniments modifiquen l'arxiu per empitjorar-lo.

L'important és la història, l'arxiu, allò que és simbòlic. L'experiència de visitar Barcelona se sustenta en una narració de la història de la ciutat i l'estil de vida que hi està associat. Però l'acció d'arxivar no la porten a terme les persones que han participat en els esdeveniments arxivats. Aquests últims solen girar entorn de comunitats alternatives, ocupes, que van crear xarxes autoorganitzades abans que comencés aquest procés de retroacció. De qui és la història que s'evoca quan cal incrementar el capital simbòlic de Barcelona? Qui són els guardians d'aquest arxiu? Què passa amb els moviments que poden crear una altra història, un altre arxiu, o que formen part de la narració explicada?

Les indústries creatives

Aquest escenari no és exclusiu de Barcelona, però en aquest moment és un discurs molt influent en la política europea, que rep la denominació d'indústria creativa o polítiques per a la indústria creativa.

És una reacció a la societat postindustrial que probablement serà més influent com més gran sigui el nombre d'indústries que abandonen Europa.

La idea fonamental és que l'economia cultural o, més ben dit, l'economia creativa –basada en la innovació, la creativitat, el disseny, etc.– assumeix un paper essencial en una economia que ja no es pot basar en la indústria.

Dos tipus d'indústria creativa:

– Quan la cultura produeix uns beneficis d'una manera directa a través de la xarxa, cosa que afavoreix els drets d'autor.

– Quan la cultura produeix uns beneficis només d'una manera indirecta: turisme o empreses. El clima general de la indústria creativa i els seus beneficis productius atreuen el turisme o la immigració, cosa que impulsa l'economia a través del comerç i la propietat immobiliària.

O bé una indústria creativa desenvolupada afavoreix la instal·lació d'empreses per contractar persones d'aquesta indústria o per disposar d'un "punt d'escolta" destinat a captar estils, desitjos i mercats.

La pregunta és quina mena de zones grises s'obren amb això. A quina combinació de llibertat i recursos es pot arribar.

Abans que se'n parlés, les xarxes de la indústria creativa es creaven en zones grises.

La creació de significat es produeix en xarxes autoorganitzades. No el poden crear les empreses, ni la publicitat, ni els artistes sols. (És el final de la tanca publicitària, del màrqueting boca-orella; la indústria de la moda i els *street styles* [estils del carrer].) Allò que les empreses poden mirar de fer és facilitar aquesta creació de significat, participar-hi. Evidentment, això s'ha d'analitzar, però no serveix de res rebutjar-ho totalment. Equivaldria a tenir una versió totalitzadora del comercialisme. Hi ha esclatxes, possibilitats per als pirates informàtics. Això no vol dir que hagueu d'estar d'acord amb tota aquesta idea de les indústries creatives, però el fet és que hi ha noves connexions possibles.

Les indústries creatives són un catalitzador de debats, formació de xarxes, col·laboracions i conflictes.

- DIY [*do it yourself*, "fes-ho tu mateix"]

Així doncs, com es presenta el futur per als mitjans DIY o la cultura DIY: aquesta cultura espontània, autoorganitzada, que crea el significat cultural, el capital simbòlic?

Les temptatives anteriors de crear mitjans DIY van quedar limitades a petits cercles domèstics com a resistència als mitjans majoritaris, perquè no hi havia un sistema de distribució. Avui tenim l'oportunitat d'aconseguir un impacte real: disposem de les eines.

Però el fet que la cultura DIY no es restringeixi a l'àmbit domèstic o a les xarxes de distribució privades també vol dir que no pot evitar comprometre's amb la resta de la indústria cultural. Ja no queda espai a fora.

La cultura DIY depèn de les empreses, de les tecnologies de la informació com a plataforma, de formats estandarditzats.

Depèn de les condicions de vida, determinades pel sector públic: cost de la vida, accés als espais, subvencions.

Veurem més esforços enèrgics per part del sector públic i les empreses per introduir-se en aquesta cultura autoorganitzada. El sector públic ho necessita per crear una marca que li serveixi de capital simbòlic per distingir-se, i també per resoldre problemes socials, comunicar-se i arribar a comunitats a les quals no pot accedir.

Les empreses necessiten fer servir recursos externs: necessiten una competència especial, necessiten algú que creï significat, que doni credibilitat.

Les empreses valoren les iniciatives locals, úniques: el contrari d'allò que es considerava que era la cultura comercial.

La indústria creativa pot servir per pensar d'una manera nova i per constituir noves aliances, no només entre diferents xarxes independents, sinó també entre aquestes i la ciutat i els actors comercials.

La indústria creativa és un discurs en el sentit exacte de la paraula. Una manera de parlar i pensar que produeix efectes, que es pot usar per a finalitats diferents, però de la qual no podem escapar amb facilitat.

Els drets d'autor no són una llei que es pot reformar o derogar: són una manera de veure la cultura i l'economia.

Per tant, el que avui necessitem, i ja s'està produint, és un nou llenguatge dels mitjans que no se centri en els productes finals i no separi l'arxiu de l'esdeveniment, com una nova manera d'organitzar-nos i treballar en xarxa. Amb les empreses i el sector públic, utilitzant els seus

recursos, però també sent capaços de treballar sense aquests recursos: autoorganitzats i autosuficients.

Avui hem elaborat una combinació específica d'arxiu i experiència, que ha estat possible gràcies a una manera concreta de comunicar-se, treballar en xarxa i recopilar recursos. Les possibilitats de fer-ho d'una altra manera són infinites.

Així doncs, acabo igual que Bill Drummond en posar punt final a la seva carta: si us plau, accepteu la meva invitació per aprofitar, com us faci més il·lusió, les oportunitats desconegudes que ens ofereix el futur.