

En el último año todos hemos visto el mismo chiste, desde la portada del *New Yorker* hasta un meme que te manda tu madre. Una persona aparece en su casa frente al ordenador conectada a una videoconferencia; está bien peinada, lleva una bonita camisa y detrás tiene la estantería ordenada y limpia, pero alrededor, fuera de cámara, hay ropa interior tirada por el suelo, restos de comida y churretes de porquería.

Así es también la vida de los artistas hoy. Nos parecen siempre guapos e ingeniosos, pero fuera de cámara su vida está hecha un desastre. Todo eso que no se ve, o que no queremos ver, es lo que cuenta William Deresiewicz en un libro que ha cambiado por completo la percepción que se tiene de músicos, cineastas, escritores, dibujantes o artistas visuales en EEUU. El libro, que este lunes publica Capitán Swing en España, se llama *La muerte del artista* y tiene un subtítulo igual de elocuente: *Cómo los creadores luchan por sobrevivir en la era de los billonarios y la tecnología*.

«El dinero es lo último en lo que la gente quiere pensar cuando se trata de arte», afirma el ensayista y crítico de Portland. El propio texto comienza así: «Este es un libro sobre arte y dinero, sobre la conexión entre ambos y sobre cómo esa relación está cambiando a su vez el arte».

La relación está cambiando, concluye en su extraordinario trabajo, porque internet y los gigantes tecnológicos han provocado que los creadores hayan perdido tanto poder adquisitivo que la mayoría no solo tiene dificultades para llegar a fin de mes, sino para tener la esperanza de salir de ese agujero de precariedad alguna vez en su vida. «El contenido digital se ha desmonetizado: la música es gratis, la escritura es gratis, el vídeo es gratis, incluso las imágenes que se publican en Facebook o Instagram son gratis, porque la gente puede, y lo hace, usarlas sin más», afirma.

Deresiewicz, que fue profesor en la universidad de Yale y que escribe habitualmente en el *New York Times* y en revistas

## EL MUNDO DE PAR EN PAR

Detrás de los fenómenos virales y de las grandes estrellas hay millones de artistas que cada vez tienen más difícil la subsistencia en la economía digital. Muchos ya han advertido y explicado este proceso, pero nadie lo había hecho de manera tan clara y contundente como William Deresiewicz, autor del libro 'La muerte del artista'. ¿La muerte? Ésa es su gráfica conclusión: la revolución tecnológica ha desmonetizado el trabajo de la mayoría de los actores, escritores, músicos, fotógrafos, artistas visuales o cineastas, cuya situación precaria pone en peligro el concepto mismo de dedicarse profesionalmente al arte



UNA ENTREVISTA DE PABLO GIL

# ÉSTE ES EL PEOR MOMENTO PARA SER ARTISTA DESDE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL

ENTREVISTA A WILLIAM DERESIEWICZ ENSAYISTA Y CRÍTICO LITERARIO



como *The Atlantic*, *The Nation* y *Harper's Magazine*, desmonta mitos y estereotipos y, sobre todo, explica el efecto práctico que ha tenido el entorno digital en la cultura. Entrevistó por Zoom a casi 150 creadores de todas las áreas, que cuentan con detalles prácticos cuánto cobran por su trabajo («El arte es trabajo», afirma el autor), en qué condiciones realizan sus obras y qué tipo de vida llevan en un mundo en el que, como nos recuerda, «a menudo te arruinas incluso si hay personas suficientes que quieran ver tu película, leer tu novela o escuchar tu música». Y del mismo modo, EL MUNDO

contacta por Zoom con él.

**P. Uno de los objetivos del libro es intentar rebatir la creencia extendida de que nunca ha habido un mejor momento para ser artista, una idea que atribuye a los gigantes tecnológicos. ¿Diría que es uno de los peores momentos para ser artista desde los años 50?**

**R.** Oh, no hay duda. Absolutamente. Es la peor situación para el artista desde el final de la Segunda Guerra Mundial, cuando a ambos lados del Atlántico se puso en marcha toda una infraestructura de apoyo a las artes. En Europa se trataba más de un apoyo público y, en Estados Unidos, éste llegaba de universidades y de organizaciones sin ánimo de lucro. El número de artistas se multiplicó en aquel panorama cultural completamente nuevo. Eso ha desaparecido por completo, y sin duda para los artistas ahora es mucho, mucho más difícil subsistir.

**P. ¿Las empresas de la economía digital han depreciado el valor del arte y del artista deliberadamente?**

**R.** No creo que el objetivo de estas empresas fuera hacer las cosas más difíciles para los artistas, pero sabían lo que estaban haciendo. Su objetivo era dirigir a la gente a sus sitios web. Y, obviamente, dar música gratis iba a provocar eso. No es tanto que quisieran quitarle el dinero a los artistas, es que querían ganar dinero para sí mismos, lo que consiguen a una escala espectacular, por cierto. Decenas de miles de millones de dólares al año provienen de contenido gratuito. Y, sencillamente, no va para los artistas.

**P. ¿Cuál ha sido el papel de**

**Google en este proceso?**

**R.** Yo diría que Google ha sido el más dañino entre los gigantes tecnológicos, excepto por Facebook, que es aún peor. Google ha sido fundamental para permitir la piratería a gran escala porque es un motor de búsqueda que te ayuda a encontrar contenido pirateado, pero al mismo tiempo es una empresa de publicidad. ¿Cómo funciona realmente la financiación de la piratería? Google vende anuncios en las webs piratas, permite que las webs piratas ganen dinero y permite que la gente establezca webs de piratería en su propia plataforma de blogs. Y no

cosas que pudieran digitalizarse. Y eso incluye al sector editorial que, por culpa de Amazon, redujo hace tiempo los adelantos que podíamos obtener los autores, y por eso para ganar dinero nos vemos obligados a dar charlas, ser profesores, hacer talleres o actos con público. Esto también le ocurrió a los artistas visuales. Una encuesta realizada a los tres meses de la pandemia por el Authors Guild, la organización de autores de EEUU, concluyó que los autores habíamos perdido más del 40% de nuestros ingresos de media. Esto ha sido un desastre para todos los artistas. También la

hacer eso hasta cierto punto tal vez jodieron a sus artistas. Pero creo que no tuvieron otra opción.

**P. Una de las claves de su investigación es la actitud de rechazo que muchos artistas tienen hacia el negocio. Incide en cómo muchos se sienten culpables o se avergüenzan en público de ganar dinero. ¿Cuál es el origen de esa noción?**

**R.** Yo creo que se remonta a la época en que el arte, hace 200 años, empezó a desempeñar un nuevo papel en la sociedad. Se convirtió en una especie de nueva religión y los artistas en profetas que en teoría debían mantenerse puros y al margen del mercado. El mercado corrompía, el

arte si quieren dinero por su trabajo. Y de verdad que no se me ocurre otro oficio en el que el trabajador se sienta culpable por querer que le paguen, y esta es una de las cosas que ayuda a la gente a aceptar contenido gratuito, e incluso a pensar que el contenido gratuito es bueno. Escuchas esto todo el tiempo de Silicon Valley, de los académicos y de los fans: los artistas no deberían recibir dinero de su trabajo de todos modos. Solo puedes pensar eso si te da igual cómo se van a ganar la vida para seguir haciendo eso que a ti tanto te gusta.

**P. ¿Qué puede hacer el consumidor cultural? ¿Qué**

**P. ¿Cómo ha cambiado la noción del arte en los últimos 20 años y cómo ha cambiado el estatus social del artista?**

**R.** Hay una idea que creo que es fundamental sobre nuestra comprensión del arte y, de nuevo, se remonta a solo un par de cientos de años: la esencia de ser artista es la libertad. Libertad para perseguir su visión artística, libertad de las presiones del mercado, de las presiones políticas o ideológicas. Es la clave de lo que el arte puede darnos, porque los artistas usan esa libertad para decirnos cosas que no sabíamos y, a menudo, cosas que no queremos saber. Bien, pues creo que la libertad está ahora muy amenazada. Ahora que los artistas han sido arrojados a un

mercado darwiniano que es implacable, su libertad se está evaporando, se está esfumando. No tienen la libertad de tomarse el tiempo suficiente para hacer el trabajo más profundo que puedan. Y esto es lo realmente importante, no tienen la libertad de hacer un trabajo que no vaya a ser comercial. Tienen que hacer un trabajo que les proporcione dinero de inmediato, por lo que no podrán hacer un trabajo difícil, o desafiante, o que nos ofenda o confunda. Desde hace varias décadas hemos entrado en un período de estancamiento en la mayoría de las artes; los artistas no se arriesgan, no experimentan como solían hacerlo.

**P. ¿Está en peligro el arte independiente?**

**R.** Esa es la cuestión. Se suponía que internet era genial para los creadores independientes, ha permitido que haya millones de ellos. Millones. La pregunta es: ¿puede alguno sobrevivir lo suficiente para hacer un trabajo realmente bueno? Esa es la gran pregunta.

**P. ¿Y la respuesta es?**

**R.** (Ríe) Bueno, siempre hay unos pocos que sobreviven, tal vez el 1%. Lo que yo digo es que no quiero que el otro 99% piense que puede conseguirlo. Se está mintiendo a la gente, porque engañarla sirve a los intereses de Silicon Valley. Les hacen pensar: «Oh, sí, esto es fácil, podéis lograrlo con nuestras herramientas, con plataformas», y así se hacen aún más ricos. Pero es mentira. No es fácil.

**EL GOLPE DE LA PANDEMIA. "LA SITUACIÓN DE LOS CREADORES ES MUCHO PEOR DE LO QUE LA GENTE PIENSA. LO QUE HA SUCEDIDO EN LA ECONOMÍA DEL SECTOR CULTURAL NO HA SIDO UNA RECESIÓN. NO HA SIDO UNA DEPRESIÓN. HA SIDO UNA CATÁSTROFE"**

es solo que la piratería saque dinero directamente de los bolsillos de los artistas, es que la amenaza de la piratería es lo que ha permitido que existan cosas como Spotify. Porque básicamente Spotify dijo: elegid entre nosotros o no obtener nada porque os robarán. Y, por supuesto, Google es dueño de YouTube, eso es lo más importante. La mitad de todo el *streaming* de música se consume en YouTube. Y Google es tan poderoso que el Gobierno hasta ahora no ha sido eficaz para controlar nada de todo esto.

**P. ¿Los artistas están ahora en una situación peor que antes**

**FALTA DE RECURSOS. "AHORA QUE LOS ARTISTAS HAN SIDO ARROJADOS A UN MERCADO DARWINIANO IMPLACABLE, SU LIBERTAD SE ESTÁ ESFUMANDO: NO TIENEN LA LIBERTAD DE TOMARSE EL TIEMPO PARA HACER EL TRABAJO MÁS PROFUNDO QUE PUEDAN"**

**de la pandemia?**

**R.** Mucho, mucho, mucho peor. De hecho, tengo un artículo sobre esto que se publicará en *Harper's* en la edición de junio. En el libro intento explicar que la situación para los creadores es mucho peor en general de lo que la gente piensa. La pandemia ha agravado eso aún más. Las tasas de desempleo de los artistas en EEUU son hasta del 70%. Los artistas dependen en gran medida de los eventos en directo, no solo los actores, bailarines y músicos. La economía de internet obligó hace años a los creadores a encontrar otras formas de ganarse la vida que no implicaran vender

gente del cine y la televisión, fotógrafos, ilustradores... Lo que ha sucedido en la economía del sector cultural no ha sido una recesión. No ha sido una depresión. Ha sido una catástrofe.

**P. En el libro señala a las empresas de Silicon Valley como las principales responsables de la nueva situación precaria del artista. ¿Qué papel ha tenido la industria tradicional de la cultura en esta transición, las editoriales, discográficas y estudios de cine?**

**R.** En las discusiones sobre la industria cultural ha habido mucha gente que afirmaba que todos son corruptos, que son

mercado contaminaba, según muchos de ellos. El modelo del artista era ser un bohemio, renunciar a motivaciones económicas, a formar parte de la sociedad, y vivir en la margen izquierda de París. Bueno, eso nunca fue del todo cierto, porque los artistas tenían que ganar dinero de alguna manera, pero es cierto que podían vivir así. Eso se mantuvo hasta los años 70, cuando podías conseguir un trabajo de media jornada con el salario mínimo y pagar 300 dólares de alquiler en Oakland o en el Lower East Side. Eso ya no es posible. Porque no se puede vivir de forma barata, porque los

**responsabilidad tenemos?**

**R.** Correcto. Bien, quiero decir que llevamos mucho tiempo hablando de esto y que nadie está escuchando. Es difícil decirle al consumidor que gaste un dinero que no tiene por qué gastar. Es cierto. Y eso es lo que digo en el libro, pero he cambiado de opinión y ahora creo que debemos hacer todo lo posible por cambiar la mentalidad de la gente. Si le pagas a los artistas que tanto te gustan ellos realmente podrán hacer un trabajo mejor. Hoy para sobrevivir económicamente como artista tienes que producir constantemente y subirlo a internet porque necesitas

malvados y que solo quieren joder a los artistas. Yo no creo que eso sea cierto. Quiero decir, algunos de ellos han hecho todo eso, pero la gran diferencia es que la industria cultural necesita artistas, tienen una relación simbiótica con ellos. No puede ganar dinero si los artistas no ganan dinero. Las industrias culturales se vieron tan afectadas por la transformación digital como los artistas. Las editoriales, los estudios de cine y televisión necesitaban hacer lo que fuera para sobrevivir. Y en algunos casos, y creo que el más obvio es la música con Spotify, se fueron a la cama con las plataformas, y al

salarios han disminuido en relación con el coste de vida y porque ya no hay apartamentos de 300 dólares. Es como la mitología hipócrita del rock & roll de la pobreza y de la resistencia al capitalismo. La gente quería esa imagen del trovador vagabundo. Como me dijo un músico, no queremos que los artistas que nos encantan piensen en el dinero y no queremos pensar en ellos pensando en el dinero. Pero volviendo a tu pregunta, las mayores víctimas de esto son los propios artistas, especialmente los jóvenes. Sienten que se están vendiendo, sienten que se están traicionando, sienten que están contaminando su

estar conectado con tu audiencia. Y no tienes el tiempo que los artistas necesitan para entrar en su proceso creativo y producir algo realmente significativo en lugar de algo superficial. Hace poco encontré un estudio muy interesante que se realizó hace unos 20 años en EEUU. Le preguntaron a la gente: ¿cree que las artes contribuyen a la sociedad? El 96% por ciento dijo que sí. Luego les preguntaron: ¿cree que los artistas aportan mucho valor a la sociedad? Y solo el 27% dijo que sí. ¿Cómo es posible esta desconexión? La gente no ve a los individuos que hay detrás del arte que consume.