

[Artículo relacionado acerca del álbum de Radiohead "In Rainbows"](#)

La famosa banda inglesa deja decidir a los fanáticos cuánto deben pagar por su nuevo disco en internet

El gran enigma que enfrenta la industria discográfica en la era digital ha sido ponerle precio al producto. Napster y sitios similares ofrecieron audazmente música “gratuita” a fines de los años 90 y las grandes disqueras se han aferrado a un precio promedio de 13 dólares para sus CD’s a pesar del desplome en las ventas y las constantes reducciones.

Ahora una de las bandas de rock más aclamadas del mundo, Radiohead, responde a este enigma con un desenfadado “decídanlo ustedes” que se lee en la página Web en la que sus seguidores pueden ordenar por adelantado el largamente anticipado séptimo álbum de la banda y pagar lo que deseen, incluso nada.

Precio record por un álbum de Radiohead: \$0

Escrito por Geoff Boucher and Chris Lee

El conjunto británico, que ha sido nominado dos veces para el “Grammy”, hará de lado a la industria convencional por completo el 10 de octubre, al lanzar su álbum “In Rainbow” (En Arco Iris) como una descarga digital sin un precio definido. El álbum estará disponible solamente a través del sitio oficial de la banda, radiohead.com.



Puede que suene como un truco publicitario, pero los observadores de la industria lo han considerado como un hecho histórico: Radiohead, dijeron, es el grupo correcto que ha escogido el momento correcto para marcar su propio camino.

“Esto es de lo único que se habla hoy en día en la industria discográfica”, dijo Bertis Downs, el desde hace muchos años manager de la veterana banda de rock alternativo R.E.M., que fue introducida al Salón de la Fama del Rock and Roll este año. “Este es el tipo de modelo que la gente había estado hablando de adoptar durante mucho tiempo, pero es la primera vez que una banda de esta estatura lo hacen. Eran una banda que podía salirse de todos los parámetros y lo hicieron”.

Otro manager de prestigio, declaró que todavía estaba procesando la audacia de la aventura de Radiohead. “Mi cabeza gira todavía, para ser honesto”, dijo Kelly Curtis, quien representa a la banda de Seattle, Pearl Jam. Es algo realmente admirable e inspirador.”

Sin embargo, Radiohead de ninguna manera ha desechado la idea de hacer dinero.

Su sitio Web también vende una edición de lujo de “In Rainbow” que contiene versiones en tres formatos diferentes (CD, vinilo y descarga electrónica) además de ocho canciones adicionales y una lujosa edición con fotos, letras y estuche. Este paquete cuesta 40 libras esterlinas (unos 82 dólares americanos).

Durante las próximas semanas, Courtyard Management, que representa a la agrupación, negociará con las compañías disqueras un lanzamiento convencional de “In Rainbow” para colocar el álbum en las tiendas en el 2008. Hay fuentes que indican que si bien la banda reconoce que las disqueras pueden desdeñar la idea de lanzar un álbum que ha estado disponible de manera gratuita durante meses. De todos modos, los anteriores álbumes de Radiohead han vendido en su conjunto unas 300,000 copias por año, según Nielsen SoundScan, así que “In Rainbow” seguirá teniendo algún valor en la caja registradora.

Sólo una banda en la posición de Radiohead podía lograr algo como esto, según se dijo en Pitchforkmedia.com. Esto ocurrió debido a que la banda se convirtió en un agente libre después de que su contrato con el gigante discográfico EMI, terminó su vigencia con el lanzamiento de su último álbum “Hail to the Thief” en el 2003, lo que ha permitido que suceda una revolución de una sola banda, si bien ni siquiera sus cinco miembros lo ven de esta manera.

“Se trata más bien de un experimento”, la banda no lucha por la lucha en sí misma o por tratar de liderar una revolución” declaró su vocero, Steve Martin del despacho publicitario Nasty Little Man de Nueva York. El grupo rehusó hacer comentarios.

Radiohead no es el único artista que ha tomado pasos audaces para estar a la par con la era digital. El exitoso artista de R&B, Prince, por ejemplo, ha seguido un atrevido camino al regalar copias de sus discos dentro de la edición de un periódico británico de gran circulación o como complemento para quien comprara un boleto para asistir a uno de los conciertos de su exitosa gira. Prince soportó gran cantidad de críticas por parte de los dueños de las tiendas de discos debido a su decisión de regalar los discos en los periódicos.

También tenemos el modelo del “rapero” más popular de Nueva Orleans, Lil Wayne, quien lanzó de manera gratuita docenas de canciones a través de Internet para consolidar su fama. Aún el ídolo de la vieja guardia, Bruce Springsteen parece sentir el cambio de los tiempos. Obsequió las descargas de su último sencillo, apropiadamente llamado “Radio Nowhere” (Radio de ninguna parte).

Geoff Mayfield, director de listas de la revista Billboard, señaló que lo hecho por Radiohead no era un caso único ya que la cantautora Jane Siberry había ofrecido un proyecto similar de pago opcional por descarga hace algunos años.

Radiohead ha vendido cerca de 9 millones de copias en los EE.UU. y tres de ellos han debutado en las listas dentro de los 10 más vendidos. La banda se ha asegurado de que esto no suceda con “In Rainbow” al adoptar este enfoque tan heterodoxo.

El grupo tiene una reputación de ser audaz, lo que le ha ganado seguidores leales que viajan grandes distancias para verlos en concierto y que obtienen sus últimos lanzamientos a como de lugar. Estos fanáticos, dijo Mayfield, no son la clase de personas que se llevarán su nueva música sin dejar algo en el “frasco de las propinas”.

Precio record por un álbum de Radiohead: \$0

Escrito por Geoff Boucher and Chris Lee

“Si la lealtad define el comportamiento del consumidor, un buen número pagarán lo que consideren un precio justo en lugar de pagar dos centavos” dijo Mayfield.

Varios observadores dijeron que todo ello hacía de este experimento algo mucho más seguro de lo que sería para un grupo pop que necesita de una gran disquera para asegurar que su material sea transmitido en radio y TV o alguna agrupación novel de rock que no tuviese el respaldo económico de una exitosa gira de presentaciones en vivo.

“Las giras de Radiohead tienen un éxito probado, así que mientras tengan a la gente apropiada para encargarse de la logística de sus giras y del negocio de lanzar nueva música al mercado, podrán mantenerse independientes” dijo Mayfield. “Esto no podría funcionar para cualquier otro. No quieres ser un amateur. Vivimos en un mundo nuevo pero hay que asegurarse que las cosas funcionen para poder seguir sacando la música.”

La nueva situación es dura para la industria discográfica tradicional. Las grandes disqueras que obtenían jugosas ganancias en los años 80 cuando los fanáticos reemplazaron sus discos de vinilo por CD's, han sufrido durante la última década, en la cual la nueva generación descarga los éxitos del Internet, a menudo sin pagar nada por ellos. En los años recientes ha habido disminuciones constantes. A mediados del 2007, las ventas de CD's habían bajado 19.3% respecto a la misma fecha el año anterior. Además, hay una intensa competencia por parte de los videojuegos y DVD's.

Pero mientras los antiguos imperios caen, surgen nuevas ideas. A pesar de que sus cerebrales paisajes sonoros son un rock artístico de vanguardia, el ethos adusto y lúgubre de Radiohead lo relaciona con bandas tales como U2. Por eso es que, según la editora de Wire, Nancy Miller, todos los ojos están puestos en la banda al llegar a esta encrucijada en su carrera y su mercado.

“Hemos estado esperando por el grupo correcto en el momento correcto, y éste es”, dijo Miller. Radiohead es el grupo perfecto. Después de terminar su contrato, esperábamos algo revolucionario. Pensé que fundarían su propia disquera. Pero han hecho algo más interesante. Han decidido no decidir.”

Algunos expertos opinan que si bien este movimiento es una considerable desviación para una banda establecida, es un camino que difícilmente podrán seguir nuevas agrupaciones. Curtis, manager de Pearl Jam opina que todos esos años en una disquera tradicional sirvieron para que Radiohead se estableciera como marca comercial y les fuera posible salir del sistema.

“Son las nuevas bandas las que me causan mucha lástima”, dijo Curtis.

Pearl Jam y otros grupos con muchos seguidores, tal como la Dave Matthews Band, R.E.M., Metallica y Nine Inch Nails son los que probablemente saquen mayor provecho de la

Precio record por un álbum de Radiohead: \$0

Escrito por Geoff Boucher and Chris Lee

experiencia de Radiohead. “Todos observarán que sucede por que esto es lo más emocionante que hemos visto hasta ahora” dijo Curtis.

En días pasados Radiohead trató de lidiar con toda esta emoción. El enorme interés generado y las muchas órdenes por adelantado abrumaron su sitio Web, de acuerdo a Martin, el vocero de la banda. Según Miller, de Wire, la apuesta de la agrupación les rendirá dividendos.

“Hemos presenciado el derrumbe de grandes disqueras, pero no ha habido ningún momento definitivo, ningún arriesgado punto de partida hacia lo desconocido” dijo Miller. “Es un movimiento interesante, un sensacional ejemplo de lo que un artista que ejerce un gran control sobre su carrera. Definitivamente va a resultar en todo un éxito”.

por Geoff Boucher y Chris Lee, del Los Angeles Times

Octubre 2, 2007

Precio record por un álbum de Radiohead: \$0

Escrito por Geoff Boucher and Chris Lee

<http://zonezero.com/magazine/articles/radiohead/indexsp.html>