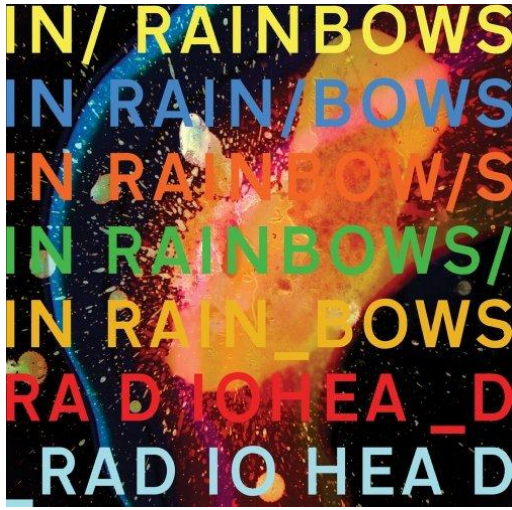


Radiohead In Rainbows y la industria musical 2.0



En el 2007, Radiohead revolucionó la industria con el anuncio de su primer álbum gratis, generando todo un revuelo en la industria discográfica. En el lanzamiento de este disco el grupo explota una combinación de modelos dentro de la economía de la gratuidad. Radiohead altera el modelo tradicional de la industria musical, operado por los grandes sellos discográficos, quienes en general pagan un 8% (entre 1 y 2 dólares) al artista y son los encargados de realizar los estudios de mercado, el planeamiento, la distribución y la venta.

Utilizando la Web como medio de distribución, el grupo liberó a través de su sitio

(<http://www.inrainbows.com>) su nuevo álbum, el séptimo de su discografía, en el cual era posible descargar las canciones con un precio libre fijado por el consumidor al momento de bajar el disco. Todo ello, sin promociones, distribución física y sin sello discográfico y en contra de todas las medidas que estaba tratando de implementar la industria contra la piratería (Sony DMR).

¿Cuánta gente bajó el disco?

A continuación se listan las ventas de otros discos de Radiohead comercializados por sellos durante la primera semana de venta:

Kid A: 207.000 (2000) – EMI . Parlophone – Capitol

Amnesiac: 231.000 (2001) – EMI – Parlophone – Capitol

Hail to the Thief: 300.000 (2003) – Parlophone – Capitol

Según fuentes no oficiales, pero cercanas a la banda, en la primera semana de venta con el nuevo sistema el disco se descargó 1.2 millones de veces. Si comparamos esto con las ventas anteriores, con su nuevo medio de distribución se podría decir que alcanzaron un éxito de “ventas”.

¿Ganaron dinero?

En promedio, las personas “donaron” US\$ 8 cada uno, lo que produce una ganancia neta de US\$ 9.6 millones, un monto extremadamente mayor que el que recibirían si lo hubieran vendido a través de una disquera.

La industria discográfica dejó a este disco al margen de todo ranking, pero a través de servicios online como last.fm mostró un muy buen nivel de audiencia.

Otros grupos británicos como Oasis y Jamiroquai anunciaron que adoptarán el modelo “pay as you wish” (paga como desees) incluso antes de enterarse del éxito de este método. Lo mismo está haciendo Madonna al dejar los sellos y firmar con un promotor de shows.

Este caso demostró que la tecnología no sólo era una herramienta para hacer negocios, sino que además simplificaba la forma de hacer estos negocios. Asimismo, removió la tranquilidad en la que funcionaba el imperio discográfico, haciéndoles ver que el negocio había cambiado.

Esta experiencia también rompió con la lógica de la economía, la cual supone que no se generarán ingresos, ya que la mayoría elegirá no pagar nada cuando existe la posibilidad de pagar el precio que uno quiera.

El éxito alcanzado, le permitió a Radiohead expandir su distribución a packs de coleccionista con un alto precio y abrir una nueva línea para rentabilizar su creación musical, además del merchandising. Además, la banda pudo conocer quiénes eran sus fans, con su mail, nombre y apellido.

A pesar de todo, sigue habiendo algunas dificultades o condicionantes para este modelo, sobre todo con respecto al reconocimiento de la industria. Algunos de ellos son:

- Existe un número importante de personas que no cuenta con tarjeta de crédito, por lo que se producen ciertas deficiencias en el sistema.
- El costo de la piratería: 250.000 descargas durante la primera semana, las cuales quedan fuera del sistema de ingresos.
- No reciben disco de oro o platino, dado que la venta no se encuentra dentro del sistema.

Referencias:

1. Hoy empieza la revolución

<http://www.publico.es/5284/hoy-empieza-la-revolucion>

2. Radiohead In Rainbows y la industria musical 2.0

<http://www.pablopda.com.ar/blog/2007/10/27/radiohead-in-rainbows-y-la-industria-musical-20/>

3. Radiohead Kicks the Middleman to the Curb: 1 Week, 1.2M Albums Sold

<http://mashable.com/2007/10/19/radiohead-album-sales/>

4. Radiohead challenges labels with free álbum

<http://www.telegraph.co.uk/finance/markets/2816893/Radiohead-challenges-labels-with-free-album.html>