

EMI: “abrazar el mundo digital o morir”

Ya hablamos el otro día de la [peculiar promoción](#) emprendida por Radiohead al margen de las discográficas. Las reacciones del tipo “este es el fin” no se han hecho esperar.

La industria digital no sobrevivirá si sólo continúa vendiendo cedés. [Lo ha dicho](#) el nuevo presidente de EMI, Guy Hands, en respuesta a la decisión de Radiohead de distribuir su último trabajo, “In Rainbows”, directamente por Internet y al precio que marquen los propios usuarios.

“Las discográficas hemos confiado durante mucho tiempo en las ventas de cedés en vez de abrazar la digitalización y las oportunidades de promoción y distribución que ofrece. Esta industria ha escondido la cabeza ante el nuevo canal”, comentó Hands.

EMI parece haber aprendido la lección después de perder a una de sus bandas más exitosas, como es la británica Radiohead. Su séptimo álbum, In Rainbows, ha suscitado un gran interés no tanto musical como dentro del mundo de los negocios. El álbum empezó a venderse a través de Internet el miércoles pasado, sólo diez días después de terminar de ser grabado y mezclado. Esta rapidez y flexibilidad (el precio lo ponen los propios usuarios) puede suponer un gran golpe para los que se dedican a hacer negocio con la música.

Por eso Hands quiere adelantarse a la debacle y ha advertido de la necesidad de cambiar de modelos y filosofía. En su opinión, si las discográficas no cambian su forma de producir música, habrá más grupos y artistas que sigan los pasos de Radiohead. De momento, el grupo The Charlatans ha decidido también desligarse de las discográficas y sacar su nuevo álbum a través de Internet. Su vocalista, Tim Burgess, parece tenerlo muy claro al asegurar: “quiero que la gente sea dueña de la música y que los artistas sean dueños del copyright. ¿Por qué dejar que una empresa discográfica se interponga?”

Como solución, Hands sugiere abandonar el modelo utilizado hasta ahora, en el que las discográficas pagaban grandes anticipos a cambio de que la discográfica mantuviese los derechos sobre los nuevos lanzamientos. En vez de eso, las discográficas podrían sencillamente ayudar a grabar el álbum o a iniciar la gira a cambio de compartir beneficios.

Más información [aquí](#).