

Afterloop: un análisis del caso UVINYL de Universal

Posted by Ejival Y Julian Woodside on 22/07/2013 in Artículos, Columnas · 0 Comments

About author

Ejival Y Julian Woodside
Ejival Y Julian Woodside

Share this article

Tweet this

Digg it

Add to Delicious

Share on Facebook

Stumble it

Subscribe by RSS

La semana pasada, múltiples medios de música hicieron eco de la noticia sobre que **Universal había decidido emprender en el relanzamiento de un catálogo discontinuado y de rarezas en vinil** bajo el esquema de financiamiento colectivo, *crowdfunding*, con campañas sociales siendo votadas por la gente. Al proyecto lo llamaron UVinyl, y empezó a sonar un estreno con relanzamientos en LP de álbumes de Sonic Youth, Nirvana y Björk. Pero, ¿viniles y *crowdfunding* por una disquera transnacional? Suena a demasiada novedad para un sector de la industria musical que normalmente ve estos modelos con rezago. En Afterpop decidimos poner el suceso en tela de juicio y solicitar su opinión al respecto a un par de nuestros columnistas.



Julian Woodside:

Para no variar, la industria discográfica llega tarde y de mal manera apoyándose en dinámicas comerciales "a la segura" para perpetuar sus formas de negocio tradicionales. En este caso la iniciativa de **UVinyl de Universal** no es sino la forma menos arriesgada de aprovecharse de un nicho comercial: los compradores de viniles.

¿Por qué digo esto? Si bien se ha planteado que la iniciativa de UVinyl es similar a Kickstarter en cuanto a un modelo económico de *crowdfunding* para "dar espacio a la reedición de materiales musicales olvidados o perdidos" donde la gente elige y financia qué discos se reeditarán, **la realidad es que de crowdfunding no tiene nada, es más bien una "preventa" con plazo abierto donde la disquera nunca perderá**. Al leer sobre esta iniciativa recordé más bien el modelo de negocio de la tienda de playeras Threadless, la cual si bien se apoya en "*crowdsourcing*" (es decir, la participación de la gente en la toma de decisiones), este modelo se diferencia de dinámicas como las de Kickstarter porque no consiste en aportaciones voluntarias, sino en votos para después asegurarse un "público potencial" mediante todos los votantes. En el caso de UVinyl la cosa es diferente: debes comprometerte a comprar el disco



Únete a nuestra red

RSS Feed

Twitter

una vez que se maquile, además de que no hay grados de aportaciones (¿Qué pasa si quiero "donar" para la reedición de un vinil para revitalizar a mi artista favorito pero no quiero comprar el vinil?).

En fin, yo particularmente creo que los formatos digitales "sin pérdidas" como **FLAC**, hacen que el mito de la "mala calidad" de lo digital desaparezca, discurso en el que se apoya Universal (y muchos fanáticos del vinil). Pero más allá de esas discusiones aquí identifiqué algunos problemas:

1) Las disqueras siguen sin adaptarse a los cambios y buscan exprimir hasta el final posibilidades económicas arcaicas, no buscarán apoyar nuevos artistas o inyectar procesos creativos y económicos a la industria, simplemente quieren generar ganancias (lo cual obviamente no es criticable, es su negocio).

2) No hay un cambio de raíz en la estructura comercial, es irse a la segura y olvidar otros aspectos económicos de las nuevas tendencias digitales como lo es la economía de "*long tail*", la cual por ejemplo aporta las principales ganancias a tiendas como Amazon (aunque con el tiempo posiblemente para allá se encamine la iniciativa de Uvinyl).

3) Se sigue dando valor al objeto y al formato, no a la música y a la creatividad, creo que podría haber otros modelos de negocio apoyados en la meritocracia que podrían beneficiar tanto a las disqueras como a los artistas, y así no dejarse apantallar por modelos supuestamente "innovadores" como el de **Spotify**, el cual ha demostrado que perpetúa modelos tradicionales pero en un entorno digital (<http://www.bbc.co.uk/news/technology-23313445>), mientras que el modelo de Threadless busca compensar de forma generosa al artista.

4) La dinámica de UVinyl solo procede mediante un registro completo en la base de datos de la tienda, lo cual sin duda significará que se apoyará en un algoritmo de recomendación estilo **Amazon** o **Netflix** (llamado "*folksonomía*"), por lo que después veremos *spams* y notificaciones de "*Tú que apoyaste a 'X' artista, se abrió la convocatoria para este artista similar, ¡Cómpralo!*".

No sé, al final del día muchos caerán bajo la idea de la ostentación de un vinil, lo cual para los coleccionistas y arqueólogos musicales significará una depreciación en la práctica. Si las grandes disqueras no comprenden y cambian sus modelos de raíz, seguirá habiendo patadas de ahogado. Claro está que esto no quiere decir que las disqueras no tengan planes alternos de capitalización del consumo musical, como se ha visto con el problema del streaming y el consumo musical en nube (donde "rentamos" música, no la poseemos sin importar el formato, como ocurrió con un conflicto entre Bruce Willis e iTunes). Sin embargo, a mí lo que más me interesa es que se le dé valor a la música, a lo sonoro, sin importar el formato o soporte, y sobre todo que sea accesible y compartible, siendo en este caso el formato ideal el mp3, pues se puede archivar. Además de que es ecológico.



Facebook

Ejival:

Si bien ya quedó claro que es imposible poseer la música en un sentido post-digital, el único consuelo sigue siendo una copia de nuestro álbum favorito en algún tipo de soporte físico (cassette, disco compacto o vinilo). No me extraña que UNIVERSAL ahora le apueste a la nostalgia, ni mucho menos a un esquema de “*crowdfunding*” para decidir que vinilos son los que vale la pena mandar imprimir. Esto tiene mucho sentido financiero. Y más en el contexto de que los más recientes lanzamientos de música pop de esta era, pues son poco codiciables como pieza musical para colección.

Están sentados en una mina de oro que no saben como explotar. Me puedo imaginar la junta de ejecutivos de UNIVERSAL en donde tomaron esta decisión, sintiéndose completamente rebasados ante la situación de la industria musical y sin otro camino que tomar mas que el lógico.

Los nuevos modelos de monetización de las grandes disqueras van a depender de este tipo de decisiones, aunado a un sabio manejo y administración de este gran catálogo que tienen olvidado en sus bóvedas musicales.

Tags: 2013, afterloop, afterpop, crítica, crowdfunding, crowdsourcing, disquera tradicional, disqueras, Ejival, julian woodside, Label, majors, nueva columna, nuevos modelos, opinión, universal, uvinyl

Like Be the first of your friends to like this.

Previous Post
Die Selektion: nostalgia análoga

Next Post
A Solas con Jim Rao de Orange Cake
Mix: Armonías para un mañana
posible

Submit your comment

You must be logged in to post a comment.



Search

Popular tags

afterpop, 2012, Electrónica, México, Experimental, nuevo, Video, música, nuevo disco, album, español, 2013, reseña, disco, 2014, Lanzamiento, Bass, Tracks, En vivo, Descargas, ambient, Noise, Descarga, Downloads, Techno, indie, Hip Hop, sonido, Noticias, Dance