

## MUSIC CROWDSOURCING:

Cuando tú eres el protagonista

La explotación de la naturaleza participativa de la Web 2.0 no es solo pasto de la avaricia del corporativismo. Proyectos como WIKIPEDIA despegaron y conservan su esencia gracias a la colaboración sin ánimo de lucro de millones de usuarios. BLOGSPOT, WORDPRESS, LASTFM: los usuarios toman el poder como cuerpo editor, ahora también en la música como productores. Una generación de internautas que se mueven bajo las directrices de un humanismo posmoderno con un método sencillo de inversión para hacer posible el sueño de muchas bandas, grabar un disco. Pero, ¿puede la suma de la multitud anónima de la Red saber más que los expertos? Daniel García

Por unos diez euros puedes ser productor de un artista, llevarte una edición limitada de su disco gratis, e incluso, cabe la posibilidad de ganar dinero. La música se apunta al *crowdsourcing*, una práctica en franca expansión desde hace tres años cuando los editores de la revista WIRED, Jeff Howe y Mark Robinson, acuñaron el término para referirse al reincidente uso que hacían las grandes corporaciones de la externalización del trabajo en el campo intelectual, aprovechando el potencial de los millones de cerebros de internautas anónimos que deambulan por la Red. Es lo que denominaban algunos, “la nueva esclavitud” que utilizan las empresas, el empleo de la masa de voluntarios que buscan engordar sus currículos a cambio de, en muchos casos, nada. Sin embargo, esta *Freelance Generation* no sólo tiene un lado oscuro, pues las mentes independientes de la música han desarrollado plataformas para lanzar bandas recurriendo a la buena voluntad de los usuarios. Convertirse en un productor musical es simple: Una banda cuelga varias canciones y pone a la venta cinco mil acciones a diez dólares la acción (datos generales). Los internautas escuchan las piezas y deciden en cuales invierten, pudiendo el inversor cambiar de artista o retirar el dinero en cualquier momento. El objetivo, cincuenta mil dólares, se graba el disco, se editan cinco mil copias (una por acción), se envían a los productores, y a partir de ahí, los beneficios del álbum se reparten en sesenta por ciento para el artista y cuarenta para los accionistas. “Demostraremos que la independencia y la autosuficiencia son dos maneras

de salir del desastre que ha caído la música”, recalca el cantautor inglés Patrick Wolf, cuyo inminente cuarto álbum, *The Bachelor*, ha sido financiado por accionistas online a través del *website* británico BANDSTOCKS.COM. La página holandesa SELLABAND fue la pionera hace tres años de utilizar este método de participación para promocionar música; a día de hoy ha conseguido lanzar a treinta grupos/artistas y ha recaudado más de dos millones de dólares en acciones. AUAMUSIC es la plataforma que sobresale en España, en el que el indie-rock de 100 Elephants ha alcanzado recientemente el objetivo para grabar. Se puede concebir como una revolución humanista que se levanta contra el poder abusivo de las discográficas, donde el turbio asunto de los derechos de autor también está presente en esta rebelión. Otra luz independiente en el largo túnel en que se mueve la industria discográfica, sin embargo, el *crowdsourcing* de la música no está exento de desventajas, pues solo funciona cuando la suma de la multitud (*crowd*) posee más conocimiento que los expertos, y es difícil encontrarlo es la sociedad especializada de hoy en día. Radiohead permitió a sus seguidores que se bajaran su último disco, *In Rainbows*, al precio que estimasen oportuno; Portishead pidió consejo a sus seguidores sobre cómo vender su música después de abandonar su sello discográfico, y realizó una votación popular para escoger las canciones que irían en su último trabajo. Es el poder de la masa, ¿podría este sistema funcionar con el cine?

AD+

- Siguiendo estos parámetros de autoorganización de internautas anónimos, el pasado Abril se estrenó la Sinfonía de YOUTUBE: noventa personas reunidas por su colaboración instrumental a través del portal de videos, que tocaron juntas por primera vez, físicamente, en el CARNAGIE HALL de Nueva York.
- MINIMUM NOISE es una plataforma danesa que pone en contacto a músicos de todo el mundo cuyos gustos son similares, para crear música. Los músicos describen su proyecto y lo que están buscando.
- TUNE YOUR WORLD se centra en los artistas africanos. Limitado a mil fans que aportan cien dólares al año, cien mil en total, una cantidad destinada a apoyar a un artista que no sólo tenga capacidad compositora sino que también esté dispuesto a ayudar a los más necesitados.