

Tekst 4

Frikis de la música

Al igual que las campañas presidenciales, pequeños accionistas online han financiado el próximo álbum de Patrick Wolf. El sistema se llama crowdsourcing y ya ha llegado a España.



- 1 En 1993 Xavier León pide a todos sus colegas de la universidad ‘mil pesetas y una foto de carné’. Con el dinero produce el primer disco de Poble Sex y con las fotos hace un mosaico para la portada. Ahora, una caja entera con copias de aquel álbum sujeta una mesa coja en el despacho donde toma copas con sus
- 5 amigos. Alguien agarra el viejo disco. ‘¿Te imaginas esto con Internet?’ Dicho y hecho, su sitio web www.auamusic.com acaba de financiar tres álbumes gracias a 150.000 dólares aportados por pequeños accionistas.
- 2 Este verano la invitación al exclusivo concierto de la estrella del *indie* británico Patrick Wolf, firmada personalmente por el músico con un ‘mucho amor y eterna
- 10 gratitud por vuestra fe en mi obra’, llega a la bandeja de entrada de sus múltiples productores. No son magnates de una *multi*, sino gente que ha invertido dinero en www.bandstocks.com para que el artista londinense produzca *Battle*, su cuarto álbum. ‘Así conquistaremos juntos el mundo y demostraremos que la
- 15 independencia y la autosuficiencia son dos maneras de salir del desastre en el que ha caído la industria discográfica’, explica el cantante en la página web.
- 3 www.auamusic.com en España, y www.bandstocks.com en Reino Unido ofrecen un sistema financiero cuyo término oficial es *crowdsourcing*, de *crowd*, multitud, y *outsourcing*, externalización. Funciona así: la banda cuelga algunas
- 20 canciones y pone a la venta una cantidad de acciones para financiar su próximo disco. Cuando la gente empieza a comprarlas el dinero va a un fondo de garantía que los gestores no pueden tocar. Una vez se alcanza suficiente dinero, se graba el disco, se editan copias (una por acción) y se envían a los *padrinos*. A partir de ahí, los beneficios de la siguiente tirada se reparten entre el artista y los
- inversores.
- 4 25 Todos ganan. El artista saca un disco cuya tirada inicial ya está vendida y obtiene un contrato con mejores términos que en el mercado convencional. El fan consigue su CD y si hay beneficios, se lleva parte del pastel. A los propios implicados les sorprende que funcione. ‘Nunca pensamos que íbamos a conseguir grabar el primer disco en español, y menos aún que íbamos a vender
- 30 5.000 copias anticipadas’, comenta Juanma Fabregat, líder de Gremio DC, el primer grupo editado por *Auamusic*. Parece broma, pero www.sellaband.com,

una de las páginas web más antiguas ya ha editado 18 discos y reunido más de dos millones de dólares en dos años y medio.

- 5 'Si sientes que tu sello te está convirtiendo en algo que no quieres ser, o si no
35 quieres renunciar a tu visión artística, necesitas sentarte y pensar quién tiene el poder', explica Patrick Wolf por *e-mail*. 'Yo siempre he tenido una tribu que me apoya', dice, 'no me gusta la palabra fan. Pienso sin jerarquías.' Con razón, sus fans son ahora sus productores. Xavier León explica: 'Mucha gente necesita
40 música para ir al gimnasio o conducir, pero hay otros que quieren música con la que vivir, como una compañera, esto es un álbum. No somos unos *frikis* de Internet. Somos unos *frikis* de la música, unos románticos del rock buscando una solución: el mercado necesita nuevos modelos de negocio y esto es lo que está por venir.' Patrick Wolf añade, con una dosis de ironía: 'La tecnología ha destruido a las grandes casas discográficas porque editan cosas horribles y
45 aburridas. Yo busco una alternativa.'

El País, 6-3-2009

Tekst 4

- 1p 7 ¿Por qué se menciona "el primer disco de Poble Sex" (línea 2)?
- A Porque el disco fue financiado por personas privadas.
 - B Porque fue el disco más exitoso del grupo Poble Sex.
 - C Porque la grabación del disco resultó poco profesional.
 - D Porque la producción del disco resultó muy barata.

Lee el párrafo 2.

- 1p 8 ¿Cómo Patrick Wolf pudo producir su cuarto álbum *Battle?*
Gracias
- A al dinero que invirtieron los fans en un fondo especial en Internet.
 - B al dinero que ganó con un concierto exclusivo.
 - C al éxito que tuvieron sus álbumes en Internet.
 - D a un contrato que le ofreció una casa discográfica.

- 1p 9 ¿Por qué dice Wolf: “Así conquistaremos ... discográfica” (líneas 13-15)?
- A Para aconsejar a la gente que no participe en el *crowdsourcing*.
 - B Para animar a los fans a que sigan participando en el *crowdsourcing*.
 - C Para estimular la industria discográfica tradicional.
- 1p 10 ¿Qué hace el autor del artículo en el párrafo 3?
- A Aclara cómo nació la idea del *crowdsourcing*.
 - B Compara el *crowdsourcing* con la industria discográfica tradicional.
 - C Explica en qué consiste el fenómeno del *crowdsourcing*.
 - D Subraya el éxito que tiene hoy en día el *crowdsourcing*.
- 1p 11 ¿Quiénes son “los *padrinos*” (línea 22)?
- A Los artistas online.
 - B Los inventores del *crowdsourcing*.
 - C Los inversores online.
 - D Los productores tradicionales.
- 1p 12 ¿Qué se puede poner delante de “Todos ganan.” (línea 25)?
- A Al principio,
 - B A pesar de todo esto,
 - C De esta manera
 - D Por otro lado,
- Lee las líneas 34-36 (“Si sientes ... *e-mail*.”)
- 1p 13 ¿“Quién tiene el poder”, según Patrick Wolf?
- A El artista.
 - B Internet.
 - C La casa discográfica.
 - D Los fans.
- 1p 14 ¿Qué otro título puede servir para este texto?
- A ¿Cuántos fans necesitas para grabar un disco?
 - B La desaparición de la industria discográfica.
 - C Música con fans o sin fans.
 - D ¿Quién necesita la música como compañera?