Dies i dies | 29 | Actualitzat el 07/12/2011 a les 07:00

U menys u, igual a dos

El vell mil·lenni es va endur, de forma ràpida i precipitada, bona part del negoci discogràfic. La crisi de la indústria discogràfica només es va contrarestar amb la popularització dels ginys informàtics d'enregistrament. Moltes companyies van restar mudes i els artistes van haver de començar a fer tots els papers de l'auca. Alguns es van muntar petits estudis d'enregistrament i altres es van haver de conformar a adquirir un micròfon més o menys bo i un ordinador mitjà per poder gravar els seus discos.

Diuen que bona part de la culpa de la crisi discogràfica es deu a internet, que ha portat a l'intercanvi d'arxius i la descàrrega il·legal. A la xarxa també se li atribueixen altres mals, entre els quals hi ha una altra crisi: la de mitjans de comunicació escrits, en especial de la premsa diària. L'accés gratuït a la informació més actualitzada s'ha traduït en un descens de la venda de diaris. Cal no oblidar que aquestes crisis sectorials arriben en un context global de crisi generalitzada. Tot plegat no pot ser més preocupant.

L'estratègia de diaris i discogràfiques per fer front a aquestes múltiples crisis solapades ha estat distribuir conjuntament els seus productes. Els darrers mesos hi ha hagut diversos artistes que han venut els discos amb els diaris el cap de setmana: **Sopa de Cabra**, **Feliu Ventura**, **Marina Rossell**? per posar només alguns exemples. Sembla que l'experiència funciona i que els resultats són bons. Potser no arribarà el dia que pronosticava Francesc Pujols quan deia que els catalans ho tindrem tot pagat, però el descobriment que conjuntament es poden vendre amb certa facilitat dos productes que per separat costa de vendre pot ser la gran aportació catalana al món de l'economia. A qui hem de donar el Nobel?