FRIENDS OF TALENT: LA REVOLUCIÓN DE LA MÚSICA

RESUMEN DE LA CONFERENCIA DE PABLO ALBORÁN
Y ROBERTO CARRERAS

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor
y Know Square S.L.

FECHA CONFERENCIA – 12 de junio de 2012

RESUMEN DE – Antonio G. Sansigre

DESTINADO A – Know Square

SOBRE – Resumen-crítica de la conferencia sobre “*Friends of Talent*”

PONENTES – Pablo Alborán y Roberto Carreras

ORGANIZADOR – Fundación Telefónica

DÓNDE – Espacio Fundación Telefónica, Gran Vía, 28. Entrada en C/ Fuencarral 3

ASISTENTES – Estimado 120 personas (y hasta 3 veces más vía *streaming*)

Sobre los ponentes

Pablo Alborán, músico compositor. Era publicista, pero su sueño de ser cantante le llevó a darse a conocer en YouTube. Complementó sus vídeos con conciertos privados en clubes españoles hasta que finalmente logró publicar su primer álbum en 2011. En este año ofreció más de 60 conciertos, incluyendo un acto en el Palacio de los Deportes con 15.000 espectadores. La estrategia de marketing de Pablo Alborán está muy ligada a las redes sociales, gustando de permanecer cerca de su público.

Roberto Carreras, fundador de Novaemusik y consultor de estrategia *online*. Es profesor en la Universidad Antonio de Nebrija, Universitat Oberta de Catalunya y Universidad de Alcalá de Henares. Ha diseñado el Plan B de Ballantines, un proyecto de “*Open Innovation*”, esto es, de co-creación musical a través de las redes en un formato de *Branded Content* (300.000 seguidores).

Video de la charla

<http://mediateca.fundacion.telefonica.com/visor.asp?tx-s1-hfritajun>

Comentario crítico y nota introductoria

- La Fundación Telefónica ha tenido una muy buena idea. Ha creado una serie de conferencias-charlas dirigidas a jóvenes, en un formato entrevista doble muy fluido. Optan por combinar a un ponente con mucho gancho para los jóvenes, conocido, y un ponente menos conocido, pero más estructurado. El primero atrae a la gente y comparte sus experiencias, mientras que el segundo aporta el contenido, la chicha. Esta era la idea de invitar a Pablo Alborán, un conocido músico, y a Roberto Carreras, fundador de Novaemusik.
- Durante la doble entrevista se percibe el cambio en el modelo de negocio de la música. Los dos invitados han encontrado un nicho de éxito dentro de la música y trabajan fuertemente con las redes sociales.

- De momento, son muchos los sectores fuertemente impactados por las redes sociales. Pronto lo serán todos.
- El sector musical ha sido uno de los primeros más afectados. Desde el año 2003, los ingresos por venta de CDs no han parado de bajar (de los 18 mil millones dólares a los 8 mil millones). Ahora, el mix de ingresos es mucho más variado. Prolifera la descarga de canciones individuales frente a discos completos, el producto digital se abre paso frente al disco físico.
- Vía Roberto Carreras, se puede acceder a un reportaje revelador de Bain & Company en *Business Insider* al respecto:
<http://www.businessinsider.com/these-charts-explain-the-real-death-of-the-music-industry-2011-2>
- Los invitados son una prueba viva de este cambio de paso provocado por la era digital.

Resumen de la charla

“Hablar de promoción sin Internet es dar un paso atrás”

“Me preocupa que haya gente que no tenga nada por lo que luchar. Eso es grave”

“Hoy la tecnología es una herramienta que nos permite desarrollar un proyecto”

“No hay que conformarse nunca con el primer boceto que sale”

“En el momento en el que una gran empresa da un paso decisivo nos deja atrás a las pequeñas”

“Hay que meter el dedo en la vela, al menos una primera vez”

“Que el placer se convierta en tu oficio es una bendición”

- Los encuentros “*Friends of Talent*” tienen un formato y un concepto original. Busca invitar a exitosos jóvenes españoles que triunfan en diferentes sectores. Su objetivo es contar cómo han conseguido destacar y cuál es la mentalidad para afrontar estos tiempos. El acto va dirigido a jóvenes.
- Reivindicamos el talento, a los que no se resignan, a los que las hacen, a los que piensan, y sobre todo, a los que se han cansado de echarle la culpa al pasado o a la crisis.
- Si te corre por las venas las ganas de hacer algo nuevo, si quieres reinventar el éxito, hoy estás en el sitio adecuado.

- Pablo Alborán (PA): Internet ha sido un medio en el que he podido exponer mis canciones. Hablar de promoción sin Internet es dar un paso atrás.
 - o El éxito para mí es que dentro de 30 años pueda seguir dedicándome a la música.
- ¿Hay éxito sin talento?
 - o RC: Es muy difícil tener éxito sin talento. Talento no es sólo una cualidad, sino muchas otras cosas: trabajo, ser avisado. Tiene muchas facetas.
 - o PA: No se puede tener una carrera larga sin un mínimo de talento.
 - o RC: una persona que tiene talento tiene una necesidad constante de seguir aprendiendo, que le permita huir de la rutina. La inquietud es la gasolina.
- ¿Cuánto pesa el miedo a defraudar?
 - o PA: En mi casa yo era la oveja negra, porque era quien quería dedicarse a la música al 100%. Pero cuando creces acabas estudiando y buscando un trabajo, pero busqué un trabajo que fuese muy visual, así que escogí publicidad. Con Manuel Illán, mi productor y mi manager, sentí que teníamos esa misma forma de pensar sobre la música. Cuando mi familia vio que la música es también un trabajo, y no sólo un show, se tranquilizaron.
 - o RC: El miedo es una de las principales barreras para seguir evolucionando. Yo siempre he cambiado de trabajo cada poco tiempo. Es fundamental estar haciendo muchas cosas antes de querer ganar mucho dinero. Al trabajar en muchas partes me permitió trabajar con las grandes empresas del país: Inditex, El Corte Inglés, etc. Fruto de esa experiencia desarrollamos un par de proyectos que nos permitieron fundar el año pasado una empresa, de nombre Novaemusik, y ahora somos 20 personas en el proyecto. No tengo miedo cuando entro en la oficina: mi gente está super-motivada, hay compromiso e ilusión.
- Las discográficas exigen que demuestres antes de apostar. ¿Cómo se digieren los primeros fracasos?
 - o PA: Cuando las discográficas no avalaron mis primeras maquetas yo no lo vi como un fracaso. Yo lo veía como algo que nacía dentro de mí y que tenía que seguir empujando. Si el año que viene no funciona el disco, tendríamos que ver qué grado de fracaso es.
 - o RC: Esos errores no son tan dramáticos, te permiten ver en qué te estás equivocando y cambiar de vía, porque hoy las cosas van tan rápido que puedes cambiar de vía también rápidamente. Quizás sea necesario tener pequeños fracasos para aprender. Yo, por muchos contactos que he tenido, al principio la gente se centra mucho en conseguir dinero y no tanto en seguir trabajando. Nosotros en

Novaemusik no hemos pedido nunca un crédito. Los cuatro que éramos trabajábamos en nuestras cosas. Y el año pasado facturamos un millón y medio de euros. No nos hemos atado a nada ni nadie, sino a lo que nosotros queríamos. Nos rodeamos de gente que te impulsa.

- PA: Eso de dejarlo todo sin más está muy bien, pero hay que hacer las cosas con cabeza.
- ¿Pueden construirse los jóvenes su propio futuro?
 - PA: Es sobre todo cuestión de no perder la pasión. Y sobre todo, me preocupa que haya gente que no tenga nada por lo que luchar. Eso es grave.
 - RC: Lo que nos tiene que impulsar son las ganas de hacer cosas. La gran mayoría de sectores sufren una grave crisis pero de ahí surgen muchas oportunidades. Están creciendo mucho las empresas que desarrollan modelos de negocio al combinarse con países en crecimiento. El mundo es mucho más que Estados Unidos o Europa. Hoy la tecnología es una herramienta que nos permite desarrollar un proyecto, y así fue en nuestro caso.
 - PA: Ya no es pensar en las redes sociales como algo impersonal. Son las personas que están detrás de esas redes. Es una nueva forma de conectar.
- ¿Las redes sociales son la democratización del éxito?
 - RC: Salvo Carlos (Carlos Jean, socio de Novaemusik), el resto veníamos de una filosofía de trabajar en empresas de Internet. Para nosotros lo importante es que Internet cambia la forma de la gente de consumir música. Podemos descubrir música sueca en segundos a través de Internet, por ejemplo. Nosotros hemos decidido hacer la música de una forma diferente y original, diferente a la de las discográficas. Con un ordenador y un micrófono puedes obtener una gran calidad sin precisar un estudio. No tenemos por qué tenerle miedo a la posibilidad de que la gente se haga popular a través de vías diferentes.
 - PA: Hoy Internet es ya una herramienta de trabajo, aunque de primeras fue espontáneo y casual.
 - RC: Siendo honestos en la red, el potencial que tenemos de desarrollo a través de Internet es enorme. El éxito de Pablo es que lo que proyecta en Internet es él mismo, y lo estáis comprobando.
- ¿Cuál es el mejor consejo que os han dado?
 - RC: Mi jefa en Ya.com era muy buena y la transición hacia Orange fue catastrófica. Ella se iba a Jazztel y me dijo: “Es mejor ser cabeza de ratón que cola de león”. A veces aspiramos a algo muy grande y no siempre es tan positivo.

- PA: “No hay que conformarse nunca con el primer boceto que sale”.
- ¿Qué es lo que más os ha sorprendido?
 - PA: Lo que desde fuera parece una gran parafernalia, detrás hay un enorme trabajo. Es durísimo hacer un buen disco, un disco consistente. Cuando se funciona hay sencillez y hay ganas de trabajar.
 - PA: Las redes sociales no son un gran hermano, un reality show. Es una conexión. Yo les ofrezco música, pero cuando estoy en el estudio prefiero estar un poco más desconectado. Cuando ya lo he creado, lo comparto.
- ¿Cuál es el futuro de los negocios de los grandes sellos?
 - PA: En mi caso nada sería posible sin una discográfica que me hubiese ayudado. Dotaron de herramientas al disco. Si no sales en televisión, radio, etc. es muy difícil, aunque Internet te ayude muchísimo. Hay artistas que funcionan sin discográfica.
 - PA: A mí no me explota nadie, yo decido con ellos, y si decidimos no parar de trabajar es porque quiero y queremos.
 - RC: Igual que tantos otros sectores, donde la parte de Internet ha impactado en su modelo de negocio, en las discográficas no es bueno que sean 4 (Sony, EMI, Warner y Universal) las que dominen el mercado a nivel mundial. Y no están apostando en un nuevo modelo de negocio, que sigue basándose en la venta de discos, en los conciertos, en los contratos y en el *merchandising*. El resultado es que oprimen mucho al artista. Nosotros tenemos pocos representados y nuestros contratos no tienen nada que ver con los de una discográfica. Creemos en un modelo distinto.
 - RC: En el momento en el que una gran empresa da un paso decisivo nos deja atrás a las pequeñas, nos comen.
 - PA: Las fórmulas nuevas se han impuesto: no hay periódico sin versión digital, no hay película que no esté ya en un formato tipo Spotify, no hay radio sin *podcasts*.
- ¿Qué consejos podéis dar?
 - PA: Lo fundamental es rodearse de gente entusiasta que abrace un proyecto y crea en él.
 - RC: Picasso decía que todos los niños nacen artistas. Conservar cierta curiosidad es fundamental. Hay que meter el dedo en la vela, al menos una primera vez.
- ¿Cómo sobrevivir a la fama?
 - PA: Ante todo educación. No me puedo quejar de la fama, del cariño de la gente. Si un día me levanto con fiebre, y se acerca la gente, lo explicas. El otro día llegaba

tarde del aeropuerto y se acercaron unas chicas y me pidieron un vídeo, y le dije, “mira, estoy cansadísimo, no puedo más, me voy a dormir”. Y lo entendieron perfectamente.

- PA: Yo me dedico a la música, yo me centro en la música y no en política, etc. Por eso hay que cuidar esas opiniones en Twitter. Lo hago por respeto: a mí me siguen por música.
- RC: Hay un sector friqui que tiene muchas visitas pero que no apuesta por la calidad. A mí no se me ocurría ponerme con la guitarra y subir un vídeo en YouTube. Lo que hay es una falta de preocupación por lo que significa lo que hacemos dentro de Internet. Te das de alta en Facebook y no leemos ni las cláusulas.
- ¿Cómo sabes que un *hobby* puede ser el trabajo de tu vida o sencillamente un *hobby*?
 - PA: Es que sigue siendo un *hobby*. Llego a casa y me monto en el estudio de forma inconsciente. La música es, para mí, ante todo, placer. Que el placer se convierta en tu oficio es una bendición.
- ¿Van a tener que irse los jóvenes?
 - RC: Me encanta la forma de ser de los españoles. Y yo he podido crear algo aquí y tener a gente empleada e ilusionada. Me encanta haberlo hecho en España. Si no funciona lo que intentes en España puedes probar fuera pero eso tampoco te asegura el éxito. Fuera las cosas no están tampoco tan bien.
 - RC: En momentos de crisis muchas cosas tienen que reinventarse y surgen ideas muy buenas. Para salir adelante hay que cambiar lo establecido.

Notas Como Speaker

- La presentadora (Sonsoles Ónega) se mueve muy bien por el escenario y es muy fluida hablando. Sabe introducir a los ponentes, provocar el aplauso. Tiene algún punto coloquial, como el “vale”, que repite más de lo necesario. Ocupa quizás demasiado el escenario, debiendo dejar más protagonismo a los invitados. A medida que avanza el acto, se remite más a los protagonistas.
- Los dos invitados son muy cercanos y transmiten una enorme honestidad. Llegan al público. En particular, Pablo Alborán, a medida que pasa el tiempo, empieza a ser más descarado, más suelto. Roberto Carreras tiene un discurso más estructurado pero lo curioso es que la persona que dio los titulares fue Alborán.
- Los dos están incómodos con el micrófono sobre la cabeza, pues continuamente se lo recolocan.

- El formato es muy suelto, poco estructurado, y no lo llevan preparado. Más parece una entrevista doble que un debate. Es difícil por ello juzgar su calidad como ponentes.

Transparency Vow

El autor de este resumen no conoce a los ponentes ni tiene relación con la Fundación Telefónica.

El autor del resumen sí conoce a Sonsoles Ónega.

© Antonio García Sansigre

© Know Square S.L.