

CÓMO TRIUNFAR EN LA ERA DE INTERNET

En los comienzos parece más recomendable trabajar con compañías discográficas pequeñas.



Chenoa, Rosa, David Bisbal, David Bustamante, son nombres conocidos por la mayoría de los españoles. Son cantantes famosos, y también excepciones de la industria musical española, porque antes de tener sus discos editados ya gozaban de la fama, tras vivir 24 horas al día delante de las cámaras de televisión. Pero, ¿cuál es el proceso normal para que un músico o un grupo lleguen a ser conocidos? La mayoría de las veces es mucho más complejo y costoso de lo que parece.

E. I.

EN primer lugar hay que conocer la realidad del mercado de la música en España. Si bien el número de conciertos aumentó en el período 2000-2004, pasando de 71.045 a 114.428, descendió el número de espectadores desde los 22.420.513 hasta los 22.149.795. Este retroceso tal vez se debió a la subida

del precio medio de las entradas, que pasó de los 11,9 euros a los 17,6.

En segundo lugar, las ventas de discos han bajado mucho en los últimos años, en el período 2000-2004, pasaron de venderse 67,3 millones de cedés a sólo 44,6 millones. Los casetes bajaron de los 9,8 millones vendidos a sólo 400.000, y el valor de las ventas descendió de 678,9 millones de eu-

ros a sólo 461,7. Aunque de forma demagógica se diga que este descenso es debido a la piratería, cualquier persona que maneje Internet sabe que la razón es el sistema MP3 de descompresión de archivos y que toda la música está, más barata y a la carta, en Internet.

Así las cosas, el músico "nuevo en la plaza", ante el cambio en el mercado, debe plantearse cuáles son sus

clientes, dónde encontrarlos y cuáles son las herramientas necesarias.

A la busca y captura de un representante

El mánager o representante es la persona que se dedica a buscar conciertos para el grupo. Es una labor dura, ya que hay que conocer todos los locales, la seriedad de los propietarios, negociar los fijos por actuación o el

JULIO CASTEJÓN, CREADOR DE ASFALTO, EL PRIMER GRUPO ESPAÑOL QUE TOCÓ EN EL MARQUEE DE LONDRES



“ Nos agarraron de lleno los tiempos del cambio y una corriente de interés por lo nuevo nos arrastró a círculos más intelectuales donde se nos presentaba como elementos de ese soplo de aire fresco que la sociedad necesitaba para viajar hacia un tiempo histórico más justo, más libre. Asfalto, pasó del local de ensayo cutre, del escenario paleta, a los conciertos en el teatro Monumental y a las grandes audiencias. Nuestros discos seguían siendo inclasificables para los santones de la radio fórmula y tampoco los puristas de lo impuro nos concedieron el marchamo de la modernidad mal importada que bautizaron por entonces como *la movida*.”

JOAQUÍN LERA, SOLISTA Y COMPOSITOR PARA ARTISTAS COMO MANOLO TENA, JOAQUÍN SABINA, ALBERTO CORTÉZ O MOCEDADES



“ En 1977 comencé a actuar en el 'Song Parnass' de Lavapiés, al lado de músicos como Sabina, Alberto Pérez, Rafael Amor, Juan Antonio Muriel o Manolo Tena. Aunque también tocaba en la calle Preciados. He actuado en Miami junto a Carlos Varela, Ketama y Albita y en lugares como Puerto Rico, Alemania, Malta, Bulgaria, Italia, Corea del Norte, Eslovaquia, Austria, Cuba y en la antigua Yugoslavia, entre otros países, aunque nunca ha dejado de tocar en las mejores salas de Madrid. Lo importante es no dejar de hacer cosas.”

porcentaje sobre taquilla, saber colocar a los grupos más desconocidos como teloneros de los grupos famosos y organizar los conciertos de forma que el grupo pueda tener una actividad continuada. Sin un buen representante casi nada se puede conseguir. Están reunidos en la Asociación ARTE y editan una revista, "Escenarios", que es la Biblia de la Industria musical español-

la. Aparecer en "Escenarios", significa existir.

El productor

Tras ensayar y actuar en algunos locales para coger experiencia, se graba una maqueta; un disco de prueba, hecho casi siempre de modo artesanal, semi-profesional, que sirve para presentarse a las discográficas. El productor es quien dirige al grupo en la elección de canciones, en la



Sin un buen representante es prácticamente imposible triunfar.

búsqueda de un sonido, es quien organiza la grabación, las mezclas y en ocasiones, si el grupo tiene alguna limitación, busca los músicos profesionales necesarios para dotar a la maqueta, o al disco, del sonido deseado.

A&R y discográficas

Es el descubridor de talentos de la compañía discográfica. Para alguien que empiece es mejor probar con compañías pequeñas o medianas que se ocuparán del disco, trabajarán con el grupo y le buscarán su espacio en la escena musical. Generalmente las compañías grandes no apuestan por grupos desconocidos, por lo que este primer paso puede ser una buena rampa de lanzamiento, probar en una compañía pequeña. Músicos como Pedro Guerra o Rosana fueron

de discográfica en discográfica sin que les hicieran caso hasta que encontraron por fin a alguien lúcido.

Si se quiere probar suerte con una discográfica independiente, hay compañías que pueden encontrarse en <http://www.ufimusic.com>, la web de la Unión Fonográfica independiente.

Internet, el negocio que viene

Al teclear en Google el concepto "Música en Internet" aparecen 167.000 enlaces. Vender música en formato MP3 se ha convertido en uno de los más interesantes negocios para un grupo. Hasta tal punto es el mejor modo de trabajar, que muchos grupos independientes han decidido no hacer venta tradicional, en disco, y vender sólo en la Red. Están contra el canon que

Vender música en formato MP3 se ha convertido en uno de los negocios más productivos para un cantante o grupo

SALVA MARTÍN, MÚSICO Y ESTUDIANTE DE DERECHO. ACABA DE SALIR AL MERCADO SU PRIMER CD TITULADO "SENTIR ASI"



“ La decisión de profesionalizarme en lo que amo ha sido probablemente la más osada que he tomado en mi vida, y la más difícil de llevar a término. Es difícil acostumbrarse a cómo funcionan las cosas en el mundo de la música. Parece que la vocación te impide servir otros intereses más que los puramente artísticos. A mí, que acabo de presentar mi primer trabajo, todo lo que rodea la música me resulta desconcertante. Desde mi punto de vista, se está vanalizando lo que debiera ser más importante, la música, en favor de algo más superfluo, la imagen personal de los artistas.”

funcionan las cosas en el mundo de la música. Parece que la vocación te impide servir otros intereses más que los puramente artísticos. A mí, que acabo de presentar mi primer trabajo, todo lo que rodea la música me resulta desconcertante. Desde mi punto de vista, se está vanalizando lo que debiera ser más importante, la música, en favor de algo más superfluo, la imagen personal de los artistas.”

CÉSAR STRAWBERRY, LÍDER DE DEF CON DOS



“ Mi experiencia al frente de Def con Dos en 15 años es una mezcla de perseverancia, suerte y gestión eficaz de una idea que parecía predestinada al fracaso más absoluto. Hubo que aguantar tres años de marginalidad invirtiendo dinero en instrumentos, locales de ensayo y material de promoción hasta que entramos en el circuito de clubes y pequeños locales. De ahí pasamos a festivales de gama baja y, por fin, a los cinco años, el golpe de suerte vino de la mano de Álex de la Iglesia que nos encargó las canciones principales de sus películas ‘Acción Mutante’ y ‘El día de la bestia’.”

tres años de marginalidad invirtiendo dinero en instrumentos, locales de ensayo y material de promoción hasta que entramos en el circuito de clubes y pequeños locales. De ahí pasamos a festivales de gama baja y, por fin, a los cinco años, el golpe de suerte vino de la mano de Álex de la Iglesia que nos encargó las canciones principales de sus películas ‘Acción Mutante’ y ‘El día de la bestia’.”

Pedro Guerra o Rosana fueron de discográfica en discográfica sin que les hicieran caso.



tendrían que pagar a SGAE si fabricaran sus propios cedés para comercializarlos, y están potenciando las licencias Copyleft, una alternativa al control de los derechos de Autor por las Entidades de Gestión. Con el Copyleft, el autor puede fijar directamente el precio que quiere que el consumidor pague por su obra, sin la intervención de terceros. También puede promocionarla de la forma que mejor estime, como por ejemplo difundirla gratuitamente para que llegue al mayor número de fanes que luego acudirán a sus conciertos, donde verá recompensado su trabajo y rentabilizará su inversión. Con entidades como SGAE eso era imposible, ya que se obligaba a la gestión colectiva de los derechos y no se podía regalar la obra propia. Por cada disco regalado había que pagar a SGAE como si se hubiera vendido. Algunos grupos han comenzado a ofrecer este tipo de servicios web de música como <http://www.musicalibre.es>.

Es el caso de María Schneider, que ha sido galardonada con un Grammy por su álbum ‘Concert in the Garden’ sin haber vendido una sola copia en una tienda. Su disco se ha difundido sólo a través de un servicio de distribución de música ‘on line’ llamado ArtistShare. Lo más novedoso del caso es que la grabación fue pagada mediante aportaciones voluntarias de sus propios fanes.

Listas de ventas

Aparecen sólo los discos más vendidos que, casual-

mente, son los que editan las multinacionales. Este año ha estado encabezada por Amaral, seguidos de Santa Justa Klan, Camela, Chayanne y en quinta posición Il Divo. Muchos grupos tienen un prestigio inversamente proporcional a sus ventas, por lo que es mejor no preocuparse por estar en esas listas.

Radios Alternativas

Ya que los 40 Principales, Cadena 100 o Cadena Dial marcan los gustos mayoritarios de quienes escuchan las radio-fórmulas, hay emisoras que se han especializado en ofrecer tipos distintos de música. Es el caso de Rockservatorio FM. Esta emisora de radio es pionera en España por emitir las 24 horas del día rock. Se les puede seguir desde la web, <http://www.rockservatorio.com>. El artífice y director de Rockservatorio FM es Mariano García, un periodista con más de 30 años de experiencia en el mundo de la radio y el rock. Es el lugar perfecto para que los nuevos grupos de rock lleven su maqueta.

Los grupos dedicados al flamenco deben intentar ser escuchados en Radiolé. Y todos aquellos que hagan algo distinto a lo meramente comercial (músicas étnicas, folclore, rock alternativo, punk, new age, rock de garaje...) tienen su casa en Radio 3, con la oferta de música más diversificada de la radio nacional. Y no se deben olvidar las radios locales, que aseguran a los grupos que comienzan una audiencia fiel y cercana. ■

RENUEVE TODOS SUS EQUIPOS POR 0€



Y PAGUE SÓLO POR LO QUE IMPRIMA

NUEVO PLAN KYOCERA UTILITES PARA NOTARIAS



- ▶ Pago único por páginas impresas.
- ▶ Todo incluido: instalación, mantenimiento y consumibles
- ▶ Sistemas de Indubitación de pólizas con ahorro del 80% del tiempo
- ▶ OCR integrado para introducción de documentos impresos en Word
- ▶ Fotocopiado específico para segundas copias con eliminación del sello
- ▶ Envíe y reciba faxes a doble cara desde su propio ordenador

Desde 0,006€ /impresión

En lo que va de siglo han descendido las ventas de discos. En los cuatro primeros años pasaron de venderse 67,3 millones de CD a sólo 44,6 millones

UNI DATA
Ofimática

Para más información en:
Tfno. 902 92 91 01
kyocera@uni-data.net
www.uni-data.net

