

eBook_Industria_Musical

5 CONSEJOS PARA SOBREVIVIR EN LA INDUSTRIA DE LA MÚSICA

POR SAMUEL ESCUDERO

THE
BASS
VALLEY
/ BARCELONA

EL EQUIPO LO ES TODO

Piensa en un artista de primer nivel que admires... ¿Lo tienes? Ahora ponte en su piel: pasas fuera la mayor parte del año girando. Llamadas para cerrar nuevos conciertos, firma de contratos, reserva de viajes, hoteles, donde comer, cuadrar horarios... ¿conciertos en otros países? Visados de trabajo, facturaciones, transferencias de dinero... Por fin tienes días libres y llegas a casa. Pasas algo de tiempo en el estudio componiendo, grabando... Sacas un nuevo

tema, lo envías a discográficas, necesitas promocionarlo: radio, prensa, campañas en redes sociales...

Para un artista de primer nivel, la gente que le rodea lo es todo. Necesitan rodearse de un equipo humano multidisciplinar que permita dedicar su tiempo mayoritariamente a la creación, a la preparación de su directo... Necesita responsables que se encarguen de las tareas que por él mismo no puede atender.

Te aconsejamos que como artista te rodees de personas que sean profesionales en los roles que van a cumplir pero también sean de tu plena confianza. Este es un balance que tendrás que buscar por ti mismo en cada persona.

LA IMPORTANCIA DE LOS CONTRATOS

¿Te imaginas comprar una casa y que no firmes ningún contrato con el vendedor? ¿Cómo demostrarías que es tuya y que has pagado un dinero por ella? Pues esta situación, quizás inverosímil en otros ámbitos, sucede cada día en la industria musical.

Artistas que colaboran juntos pero no acuerdan como van a repartir los beneficios que esa canción genera. Acuerdos entre promotores y artistas para actuaciones en vivo que no constan en

ninguna parte, con el consiguiente riesgo de impago. Condiciones técnicas que no se cumplen al llegar a una sala... Todas estas situaciones, aunque te suenen anecdóticas, se dan habitualmente en el mundo artístico, sobre todo en los inicios de tu carrera.

Se previsor y evita problemas procurando que todos los acuerdos a los que llegues durante tu carrera estén contemplados en un contrato.

NETWORKING

La importancia de los contactos en la industria de la música es vital, más que cualquier otra habilidad o conocimiento.

Relaciónate y mucho. Pon cara a tus contactos. Aunque Internet nos ha dado alas y posibilidades que antes no eran imaginables a la hora de hacer contactos y relacionarnos, el cara a cara y el trato personal sigue marcando la diferencia. Un contacto puede cambiar todo en tu carrera y

puede conseguir llevarte al siguiente nivel.

¿Has oído hablar de la teoría de los seis grados? Inicialmente propuesta por el escritor húngaro Frigyes Karinthy y recogida posteriormente en Six Degrees: The Science of a Connected Age del sociólogo Duncan Watts, esta teoría es el ejemplo perfecto de la importancia de los contactos y como pueden hacerte progresar en tu carrera.

DERECHOS DE AUTOR

¿En la actualidad la música “no vale nada”. Eso parecen indicar todos los datos de ventas de discos o de monetización y royalties devengados por las plataformas de distribución y demás agregadores digitales. Sin embargo no hay que perder de vista que los derechos de autor han sido y siguen siendo una fuente de ingresos vital para muchos artistas y un retorno de la inversión que supone producir y crear un disco.

Las editoriales siguen manteniendo su negocio en base a ellos, las discográficas firman contratos y dan anticipos millonarios por el mismo motivo pero habitualmente vemos como los artistas independientes desconocen en

que consisten los derechos de autor, cómo se gestionan y que importancia puede tener a largo plazo para sus carreras.

Para que tengas una idea, Max Martin, uno de los productores musicales más destacados a nivel internacional, ingresa cada año más de 50 millones de euros en concepto de royalties. Nada mal esta cifra.

En una época como la actual, en la que cualquier ingreso es un soplo de aire fresco y nos permite continuar haciendo lo que nos gusta, despreciar los derechos de autor es un error muy común y que queremos evitar.

VENDER LO ES TODO

No importa si crees que tu producto es el mejor del mundo, tal vez lo sea. Como artistas siempre nos obsesionamos con la calidad del producto, pero este resultado sólo importa en parte. Es cierto que un buen producto es más fácilmente vendible que un producto mediocre, pero también es cierto que cualquier producto, independientemente de sus características, con las técnicas adecuadas puede venderse, sin importar la calidad o si la competencia tiene un mejor o peor producto.

¿Te suena NUTTERS? Hace apenas dos años Nadja Brenneisen decidió crear un experimento social en torno al marketing y la industria musical. Creó un producto ficticio, una DJ que en realidad no lo era y, con los conocimientos adecuados en promoción, marketing, redes

sociales y unos cuantos contactos, en tan solo 6 meses estaba actuando en festivales de primer nivel y ganándose la vida en esta industria.

Tienes que tener claro que tu música, o tus actuaciones, o tu proyecto musical, sea el que sea, vale tanto como la audiencia este dispuesta a pagar por él. Tus fans compraran tickets, se descargarán tu música en iTunes o te escucharán en Spotify.

Crea un buen contenido, un producto musical del cual estés satisfecho y orgulloso. Cree en él y comienza a venderlo. Conoce a tu audiencia: sus hábitos de consumo, sus gustos, que quieren y cómo lo quieren. En cualquier caso no te compares con otros artistas, cada artista es un mundo.



THE
BASS
VALLEY
/BARCELONA