

Introducción

“El mundo de la música es como la jungla”. La jungla puede ser peligrosa, secreta, misteriosa, desordenada, impenetrable e incluso inhóspita. Así se percibe, en numerosas ocasiones, el mundo de la música.

Sin embargo, también es cierto que la jungla es un territorio amplio y fructífero, en el que existe mucha diversidad, en el que se encuentran riquezas abundantes, y en el que las semillas de un sinnúmero de especies brotan de manera exuberante. Lo mismo vale para “la jungla de la música”, ya sólo por su diversidad de estilos musicales y la multitud de oficios que integra. Esa cantidad de estilos y oficios puede convertirse en dinero, ser rentable y, porqué no, generar riqueza.

Por eso debemos explorar “la jungla de la música” sin prejuicios, y sacarle el máximo provecho a sus aspectos positivos. Descubriremos que la mayoría de los temas que nos parecen difíciles de enfrentar no son más que el fruto de un secretismo corporativo en la industria de la música, que ha conseguido sofocar muchas dudas y preguntas que podamos tener. Las respuestas que requerimos consisten, en realidad, en meros trámites o en pautas determinadas de funcionamiento en el mercado. Pero si las buscamos por nuestra cuenta, lo único que solemos encontrar son explicaciones muy breves, o bien demasiado complejas, para lo que realmente queremos saber o hacer. Además, tenemos que realizar una búsqueda extensa en diferentes sitios de Internet más o menos fiables, y leer bastantes libros – muchos de ellos muy técnicos, demasiado académicos o poco actualizados. Este procedimiento, en definitiva, simplemente no se adapta a nuestras exigencias prácticas.

En esta obra, el protagonista es el artista. Es el que tiene la capacidad y el don de expresión artística, y sus intereses principales suelen ser: poder crear en las mejores condiciones, y poder controlar sus obras de una manera directa y eficaz. Hemos escrito esta obra con el fin de poder ofrecerle al artista una guía práctica para llegar a ese estado de Creación y Control.

Para lograrlo, hay que seguir las cuatro etapas que iremos viendo en las próximas páginas, en las que toda la información necesaria está recopilada de manera clara, asequible y practicable. Hemos creado “Creación y Control” para responder a las exigencias y necesidades reales del artista, y para que se pueda mover con agilidad y prosperar en “la jungla de la música”.

AUTOPRODUCCION: La **primera etapa** trata de la producción musical, entendida como resultado directo y audible del proceso creativo. Para muchos artistas, la autosuficiencia musical no sólo es un estilo de vida, sino una necesidad básica para hacerse un sitio en el sector independiente de la industria musical. Estando ese mundo “Indie” en antagonismo a las multinacionales, aquí el mismo artista tiene que supervisar y dirigir la gestación de la grabación, mezcla y producción de sus canciones – cosa que conocemos bajo el término de “autoproducción”. Las herramientas disponibles son numerosas, y en este capítulo nos centraremos en el criterio, en la elección y el uso específico del “hardware” y del “software” **NECESARIO** para esto. Enfatizamos la palabra “necesario” porque existen tantas opciones como productos destinados a la producción musical. Aún así hemos logrado definir con exactitud las herramientas idóneas según el estilo y el planteamiento de la producción elegida.

Creación y Control

¡Graba tu disco y véndelo!

TEMAS EDITORIALES: La **segunda etapa** nos lleva a un campo administrativo-legal que los artistas y músicos suelen temer: los temas editoriales. Aquí, el objetivo es demostrar que los artistas pueden ganar dinero con las canciones que han compuesto. Para ello, primero hemos de entender qué son los “copyrights” o derechos de autor y cómo funciona su administración en la práctica. Explicamos, de manera sencilla, cada paso de los diferentes procedimientos y trámites inevitables para poder publicar o licenciar una canción, de modo que al final de este capítulo, los temas editoriales dejarán de ser un obstáculo para convertirse en una oportunidad. Asimismo, nos centramos en el funcionamiento global de la industria musical y en los diferentes tipos de ingresos que un artista o grupo puede conseguir mediante la cesión de determinados derechos ligados a sus canciones.

DISTRIBUCIÓN: Luego nos sumergimos en la **tercera etapa:** el mundo de las discográficas y todo lo que gira a su alrededor. Las discográficas se dedican a la comercialización y distribución de grabaciones, y para comenzar diferenciamos las “independientes” de las “majors”. Con esta base profundizamos en el conocimiento de los diferentes contratos por los que se rigen las relaciones de cualquier discográfica. El contrato discográfico – el que define las relaciones entre discográfica y músicos o artistas – casi siempre es sujeto de miedo o confusión para muchos de ellos. Aquí desmitificamos las disposiciones legales de dicho contrato para llegar a un entendimiento completo y asequible por parte del artista. Esto nos permite plantear una estructura de distribución o discográfica propia, incluyendo los pasos a seguir para crearla y las pautas esenciales para gestionarla. Otro aspecto tan actual como relevante para la distribución discográfica es la elección del formato para la venta de las grabaciones musicales: físico o digital. El formato Mp3 está tomando cada vez más protagonismo desde hace unos años, y ha logrado establecerse como una importante alternativa al CD tradicional. Aquí desglosamos detalladamente las ventajas y desventajas de ambos formatos, y desengranamos las oportunidades reales y actuales de un mercado discográfico cambiante.

PROMOCIÓN: En la **cuarta etapa** nos centramos en cómo posicionar y potenciar nuestras obras ya editadas y publicadas en un mercado determinado. Ese mercado será esencial y decisivo para alcanzar un estado de “creación y control”. Explicamos porqué la obra musical DEBE convertirse en un producto acabado para poder sobrevivir en un mercado, aunque a muchos artistas y músicos les cueste mentalizarse a esta idea. Luego vemos cómo la audiencia del propio artista puede convertirse en fuente de dinero, de manera voluntaria y natural. Para eso hay que potenciar, aumentar y ganarse dicha audiencia mediante la comprensión del mercado potencial y el uso correcto de las herramientas que permiten alcanzarlo. Con ese fin desglosamos las diferentes estrategias que influyen en el proceso promocional de nuestra obra, así como los medios de comunicación y las herramientas de comunicación emergentes en Internet.

Nuestra meta es que logres tu objetivo. Te animamos a que sigas las indicaciones de las cuatro etapas aquí expuestas, sabiendo que algunos puntos te puedan resultar obvios o familiares. Lo que aquí proponemos es una guía y un conocimiento que sin duda te ayudará a alcanzar el éxito que te mereces: reconocimiento, satisfacción, superación personal y, especialmente, dinero.

Te deseamos una lectura agradable...

Soulfeenix

Artista, músico y productor

Daniel Damm

Empresario y amante de la música