



Que Internet cambia el rumbo de las cosas, ya lo sabemos. Pero... ¿cómo influencia esto en la música? Mucho se discute en nuestros días acerca de los derechos de copyright de las compañías y de las empresas encargadas de recaudar el dinero de los copyright (Sgae, Sadaic, Ascap...). Internet es algo ya definitivo, no tiene vuelta atrás pese a los esfuerzos de las empresas por mantener cierto "orden" en la red, respondiendo más a su propia crisis financiera que a los movimientos de las épocas. Napster fue tan sólo una muestra del poderío de Internet,

y como todos predijimos en su momento, rápidamente cientos de opciones similares se multiplicaron. Así como la pasada Revolución Industrial cambió las estructuras de trabajos de muchas empresas y la forma de vida de millones de personas -las movilizaciones obreras de entonces preveían el próximo desempleo a partir del reemplazo del hombre por la máquina- también reinaría la misma sensación de que aquello era inevitable, y que el desarrollo de la maquinaria avanzaría indefectiblemente como lo hace Internet hoy. Aquellos tiempos llegaron posiblemente con desempleos masivos, pero también dieron lugar a otros nuevos trabajos, con otras capacitaciones.

De aquí a unos años, Internet alcanzará la suficiente velocidad como para transmitirse por radio y cable óptico -según las últimas informaciones-. Esto significa que podremos ver películas en tiempo real mientras se descargan a nuestro ordenador, o quizás, más extravagante aún... ni siquiera será necesario descargarlas, pues simplemente se verán desde el ordenador de unos a otros. Posiblemente lo mismo ocurrirá con la música: no hará falta tenerla en tu disco duro, simplemente podrás elegir en la red las canciones para escucharlas en tiempo real, como haces con una radio, sólo que aquí programas tú. Ni los impuestos que se prevén para los CDs vírgenes, ni los impuestos para los discos duros de los ordenadores, podrán detener semejante marea de agua. Sería como intentar detenerla con una mano abierta. Internet se aproximará más al sistema de la televisión actual: ¿acaso grabas tus programas favoritos en una cinta? No, simplemente los ves, porque es gratis verlos, porque el sistema lo permite, y porque al aparato de TV lo venden en las tiendas como los ordenadores. Los CDs pasarán a ser soportes accesorios para el usuario... mucho más de lo que se cree actualmente. Serán usados por las compañías discográficas como soporte para envasar música y venderla, tan raramente como se vende hoy un vinilo.

En mi opinión esto es lo que ocurrirá de aquí a un tiempo:

-Las empresas recaudadoras como Sgae, Ascap o Sadaic, verán descontrolada la utilización de material de audio. Bajo este punto de vista, su aparato recaudador se verá obligadamente centrado en empresas como la radio y la televisión, que sí pueden pagar un plus por canciones difundidas. A diferencia de los usuarios habituales de Internet, estas empresas no son millones, están ubicables y tienen un fin de lucro, algo que los usuarios particulares no tienen, o al menos no deberían tener. El esfuerzo legal de estas compañías recaudadoras deberá ser utilizado en el replanteamiento de ellas mismas, pero evidentemente agotarán primeros sus posibilidades para intentar mantener su estructura monetaria actual antes que, como en la Revolución Industrial, pierdan parte del sentido como empresas. Sin duda alguna, algo ha cambiado y obligará a cambiar lo que está a su alrededor.

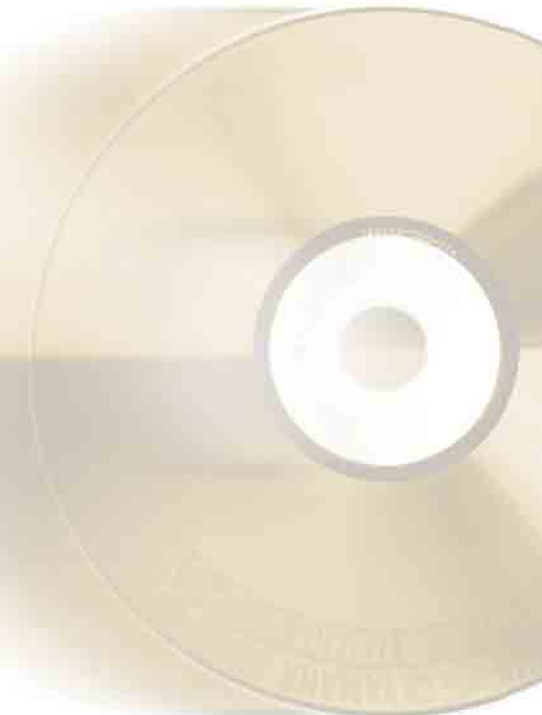
-Las empresas discográficas dejarán de existir como idea. Así como dejaron de existir empresarios en el pasado porque simplemente no hacían falta, de la misma forma también dejarán de existir los sellos discográficos. Simplemente se verán obligadas a cambiar el rumbo de sus negocios para dar paso a una nueva forma de negociación. Posiblemente ésta gire en torno a los derechos de las canciones de los músicos canalizadas a través de los nuevos caminos de empresas recaudadoras -radio y TV-; al predominio de los conciertos en directo de sus artistas, fuente ingresos habituales -y duradera en el tiempo-; a estrategias de marketing y venta de paquetes de miles de canciones para el usuario de Internet que desee asociarse a cambio de pago, como lo hace con un club... El negocio de la música es uno de los más rentables del mundo, pero la tortilla comienza a darse la vuelta y a tomar nuevas formas. Desde hace años, firmar de por vida la propiedad de tu nombre artístico y producción como propiedad de un sello discográfico, se había transformado en un mal negocio. Hoy, sólo pocas personas lo harían, quizás las más desinformadas.

-Los artistas, al menos los más independientes, verán realzados sus propios patrimonios. El uso de la red será tan increíblemente amplio, que los músicos verán todos sus productos navegando por ella. Esto significa que deberá también cambiar el significado por el que se hace música. Esto deberá replantearse a sabiendas de que cada nuevo material grabado en casa o en estudio, una vez haya sido "entregado" al medio, se verá replicado y distribuido. La venta de CDs por Internet será una alternativa en la red -no competitiva, ya que no podrá serlo-. Comprar un Cd al propio músico, autografiado y con su envoltorio original, pasará a ser un grato recuerdo buscado por usuarios.

Como contaba el antiguo escrito: "...mantén el interés en tu propia carrera por humilde que sea. Ésta es un verdadero tesoro en el fortuito cambiar de los tiempos..." (Desiderata, 1492)

Opiniones

Guillermo Cides
Director de Stick Center



Entrevista

Guillermo Cides
entrevistado por
Carlos Pina en
el programa
Bienvenidos al
Paraiso
(L. a V. 23hs)



Radio 3
Radio Nacional
de España



Disponibile en el
CD de la
revista.



hablemos de negocios



En una época, firmar contratos discográficos era el sueño de cualquier músico.

Significaba la posibilidad de hacer realidad físicamente una serie de canciones y poder pasar por una tienda de discos y encontrarte con tu cara o tu banda en una de las bateas. Firmar un contrato significaba prensa, popularidad en los medios, e inimaginables conciertos profesionales, entrevistas, y varias cosas más. Era, por decirlo de alguna manera, la manera oficial de culminar un trabajo de años hecho en tu local de ensayo junto a tus compañeros. Era también, la respuesta más económica posible a darle a tu familia a cambio de soportar tu banda tocando en el garaje (!).

Pero al parecer las cosas han cambiado. O deberían. La mayoría de los músicos, especialmente en los últimos años, desconocen el real significado de un contrato discográfico, lo que implica para el nombre del artista o grupo; pero fundamentalmente se desconocen los "nuevos caminos alternativos" de la industria discográfica, esos caminos que se han creado en los últimos años dándole a muchos músicos nuevas posibilidades para lograr lo que hablábamos más arriba. Los contratos discográficos de siempre, o al menos su versión más "estándar", eran -aún siguen siéndolo- por lo menos perversos. ¿Qué significa? Pues cosas así como que tú escribes una hermosa canción en tu habitación un día de melancolía, y que por alguna razón es una gran canción.

Luego haces unas maquetas, y de pronto te encuentras sentado en el despacho de alguien que te dice, entre otras cosas, que tu disco será fantástico, que ellos se

encargarán de fabricarlos, de la prensa, del arte, etc., y agrega al final de su charla, la premisa de "compartir los derechos de autor". Esto último significa que la canción que tú has hecho aquel día, figurará después del contrato como "Oh, que mal me siento hoy (García-Bermúdez)". García eres tú, y Bermúdez el director de tu sello discográfico. Sí, ya sé que Bermúdez nunca aprendió a tocar la guitarra, pero así son las cosas en algunas oficinas. Cuando tu canción suene en la radio, o simplemente cuando toques un concierto y los de SGAE pasen con su planilla, el dinero recaudado por tu composición será repartido entre tú y el director del sello. Ni que hablar si esa canción es a su vez interpretada por otros artistas más populares que tú, lo que generaría más dividendos. ¿Qué te parece la idea?

Esta práctica de "compartamos-tus-canciones" se ha extendido últimamente a partir del derrumbamiento natural de las discográficas, cataclismo producido por Internet. Si las ventas de los CD bajan en las tiendas, no ocurre lo mismo con los derechos de las canciones que son emitidas en radios o tocada en conciertos. Por esta razón, tus canciones comienzan a ser más importantes que los mismos CD, pues a largo plazo generarán más dinero, especialmente cuando Internet, y su intercambio de material persona-persona, crezca y no pueda ser controlado, generando pocas ganancias para los sellos, como ocurre actualmente, y a pesar de las últimas leyes que no pueden hacer demasiado. Suponiendo que logras poner a buen recaudo tus canciones, el siguiente planteo de la mayoría de los sellos es el siguiente: tu grabas el disco en algún estudio, pero tu tiempo y el dinero que cuesta el estudio corren por tu cuenta y no te lo pagarán ni serán tenidos en cuenta como "gastos". A cambio de tu máster, la mayoría de los sellos te ofrecen entre un 5% y 10% de las ventas al por mayor (es el precio que ellos venden al dueño de la tienda, generalmente entre 5 y 9 euros). Eso quiere decir que si ellos

lo venden a 8 euros por ejemplo, a ti te tocan 0,80 céntimos. Multiplica esto por la cantidad que quieras hasta que puedas cubrir los gastos de un estudio. Hace falta vender muchos discos, ¿no?

¿Qué puedes hacer? Pues muy simple. ¿Sabes cuanto cuesta fabricar un CD, incluido su gráfica impresa y el celofán que lo envuelve? Pues 1 euro. Si fabricas 1000 copias, te costará 1000 euros. Vendiendo en tus conciertos, necesitarás vender sólo 100 (cien) copias a 10 euros para recuperar tu inversión, y el resto es ganancia. ¿Suena bien, no? Y si además quieres que un sello lo ponga en las tiendas, le vendes tus copias a un precio menor (por ejemplo: 6 euros). Este contrato sería por la "distribución" de tu disco, en vez de la "edición" del mismo. Tú eres el editor en este caso, y si ahorras con las ventas del primero, podrías soportar el segundo álbum y así consecutivamente. A la vez podrás contactar con tu público y vender los discos por correo terrestre directamente a través de tu página Web, que harás tú mismo o aquel amigo de la banda que es un poco "ordenata".

Todo de una manera organizada y facturada. Los tiempos cambian, y nosotros nos adaptamos. Algunos sellos no aceptan que tú vendas en conciertos o por Internet, pero los más modernizados permiten que esto ocurra renegociando con el músico e incluso vendiendo junto a él por Internet. Hay miles de casos así actualmente. También se está vendiendo por Internet el disco completo, pero en mp3 de alta resolución. Si quieres ver un ejemplo práctico de esto, visita la Web de California Guitar Trio, en su sección "CGT Direct" -por cierto, espero que vengan por aquí en Febrero, nos debemos una gira juntos: www.cgtrio.com (mira la sección "Buy Music").

Por último, me despido con un saludo, y un grito: ¡Vamos, bandas! ¡Escapen del cielo!

Guillermo Cides
stickcenter@hotmail.com