

Cesar López “Vampiro” (artsita)

1) ¿Cómo te llamas?

Cesar López “Vampiro”.

2) ¿En qué proyectos musicales has participado?

Maná, Azul Violeta, Jaguares.

3) ¿Consideras importante que el artista tenga una participación activa en el diseño de la estrategia de marketing?

Si, sobre todo porque existiendo un consenso entre compañía y artista, hace más fácil llevarse este diseño a cabo. De otra forma, si el artista no está de acuerdo, no le va a echar las mismas ganas y puede haber un conflicto.

4) ¿Qué se necesita para lograr una buena comercialización de la música popular aquí en México?

Una buena exposición del producto, si este tiene calidad será más fácil que funcione. El problema es que esto tiene un gran costo y las compañías cada vez tienen menos presupuesto, el cual lo van a invertir en sus artistas fuertes que de alguna manera les garantizan una recuperación de inversión y ganancia, dejando un margen muy pequeño, casi nulo para los nuevos proyectos.

5) En tu opinión, cuál sería el plan promocional y de medios óptimo?

Uno que te de la oportunidad de que la gente te conozca. Yo pienso que la promoción en si, no va a garantizar el éxito, la promoción hará que la gente te conozca y decida si le gusta o no.

6) Consideras importante además de la venta de tu disco, realizar actividades que te ayuden a tener un contacto más cercano con el consumidor? Qué has hecho?

Es muy común este tipo de acercamientos en los que las compañías lo ven también como promoción. Para mi está bien, cuando menos puedes agradecer y conocer a unos cuantos de los muchos que te dan para vivir.

7) Pueden ustedes como artistas, influir en el precio de venta de su disco?

Me imagino que cada artista puede tener una relación diferente con su compañía disquera, entre más vendas, más concesiones tendrás, y pueden haber en algunos casos este tipo de acuerdos.

8) Sobre una base del 100%, qué porcentaje de la venta del disco le corresponde al artista y qué porcentaje le corresponde a la compañía disquera?

Igualmente con cada artista y en cada contrato se manejan diferentes porcentajes y esto se va negociando antes de firmar, depende una vez más de cuantos discos vendas. Hay contratos donde se maneja por tabulador, por ejemplo x% del disco del 1 al 100,000, x% del 100,000 al 200,000 etc.

9) ¿Por qué crees que hay diferencia en el precio de venta de un disco entre un artista y otro?

Intervienen varios factores: 1) Que la inversión no es igual en todos los discos, costos de grabación, promoción etc. 2) Hay discos en los que ya se recuperó lo invertido y ya dejaron una buena ganancia, se puede vender muy barato y sigue presentando una ganancia. Cosa que no se puede hacer en un disco nuevo donde no se ha recuperado la inversión aún.

10) ¿Vez la posibilidad de que las compañías disqueras consideren la venta de música digital como otra alternativa de venta?

Según yo, la mayoría de las compañías grandes ya tienen convenios establecidos con páginas de Internet donde se vende música.

11) En Estados Unidos cada vez existen más servicios en la red para comprar música digital; entre ellos atunes, Napster, etc..

- ¿Reciben los artistas regalías de esas ventas?
- ¿Qué opinas acerca de la venta de música a través de Internet?

a) Sí reciben regalías.

b) Los tiempos han cambiado y las compañías tienen que estar al día con estos cambios. Me parece muy bien.

12) Que opinas respecto al crecimiento de los canales de música en la televisión?

Que es bueno para los artistas, ya que son un escaparate muy grande.

13) Como artista, qué le ofreces a la compañía disquera? Es decir, qué es lo que haces que le parece atractivo a la disquera para considerarte parte de su portafolio?

a) Que toco en un grupo que vende suficientes discos como para no darme la carta de retiro.

B) Centrándonos en el público, qué le ofreces para que ellos quieran comprar tu disco y saber todo acerca de ti?

b) Uno pone todo su empeño para hacer un buen trabajo con el cual quede uno satisfecho, sin embargo el gusto de la gente es el que va a decidir si uno vende. Uno hace el trabajo y la gente lo valora. No hay una formula para saber que va a gustar, en nuestro caso somos un poco egoístas y a la hora de hacer un disco, pensamos sólo en nosotros, afortunadamente hay más locos que tienen el gusto parecido al nuestro.

14) Centrándonos en la crisis, que hacen ustedes como artistas para superar la crisis?

a) La mayor parte de dinero que recibe un artista viene de los conciertos. Por lo tanto tratamos de aligerar los costos de producción a los empresarios para que ganen y te vuelvan a contratar en el futuro.

B) Hacen algo para crear conciencia en el consumidor para que no sea partícipe de la piratería?

b) Se hacen menciones en algunas entrevistas, sin embargo creo que las autoridades deben actuar de una forma más drástica.