

CAPITULO IV

INDUSTRIA DE LA MÚSICA EN MÉXICO

Para lograr la comercialización de la música en México y el mundo, se necesita disponer de la infraestructura de una compañía disquera. El presente capítulo hace referencia a las compañías multinacionales e independientes quienes son los encargados de hacerle llegar la música al consumidor.

4.1 Compañía Disqueras Multinacionales

Existen 4 compañías disqueras principales en el mundo entero. Estas pueden ser llamadas compañías disqueras “internacionales, multinacionales, o transnacionales”. Este nombre adicional define su estructura y la manera en que operan. Algunas compañías disqueras multinacionales son entidades privadas, mientras que otras son corporaciones privadas de accionistas. Sus operaciones globales incluyen la creación, manufacturación, marketing, ventas y distribución de música grabada a través de subsidiarios, joint ventures y licencias en diferentes países del mundo. El rango de licencias gira entre 30 y 71 países de acuerdo a las diferentes compañías. Las divisiones internacionales son las que se encargan de manejar los negocios fuera de su casa matriz.

Estas compañías están conformadas por diferentes divisiones cada una especializada en un proceso diferente requerido para la comercialización de la música. Las diferentes áreas son: sellos, estudios, manufacturación, distribución, medios nuevos, editoras, y marketing. A continuación se detallarán algunos puntos de éstas:

- **Sellos:** Encuentran, firman, desarrollan y promueven artistas en todo el mundo.
- **Estudios de Grabación:** Se graba, se mezcla, y se realizan un amplio rango de pos producciones.
- **Manufacturación:** Se fabrican CDs, cassettes, discos de vinyl y DVDs entre otros. Las facilidades de manufacturación se encuentran alrededor de todo el mundo en algunas compañías, mientras que en otras están localizadas en centros estratégicos.

- **Distribución:** Departamento que cuenta con cadenas en todo el mundo. Estos centros diariamente recogen el audio y videos musicales del departamento de fabricación, lo empaacan y lo envían a los diferentes clientes. Entre estos están;
 - *los clientes especializados* quienes se dedican únicamente a la venta de música
 - *los clientes departamentales* como los supermercados quienes se dedican a vender música entre otras muchas cosas
 - *los clientes mayoristas* que a su vez venden y distribuyen la música en tiendas más pequeñas como misceláneas y sucursales como Oxxo entre otros.

- **Medios Nuevos o (Plataforma de Nuevas Tecnologías y Distribución):** Es una nueva división que han agregado todas las compañías disqueras en los últimos años debido a la rápida expansión del Internet. Ésta división es responsable de mantenerse actualizado en nuevos formatos y en el comercio a través de Internet (e-commerce). También se dedica a crear estrategias para proteger los derechos de autor en el dominio digital.

- **Editorial:** Se dedica a descubrir, promover, y remunerar compositores en todo el mundo. Trabaja con compositores nuevos y establecidos realizando un trabajo para que la música sea apreciada por generaciones futuras, y para lograr que la música de ayer sea relevante para la audiencia de hoy. Las editoras se crean a través de firmar compositores, renovar contratos existentes, y adquirir catálogos de composiciones existentes.

- **Marketing:** Esta división respalda todas las áreas de la compañía. “Las unidades de marketing estratégico están diseñadas para diseñar un acercamiento agresivo para maximizar el repertorio del catálogo iniciando e implementando campañas de marketing integradas, programas directos al consumidor, iniciativas de administración de marcas, y uniones estratégicas” (universalmusic.com). Existen tres ramificaciones dentro de la división de marketing:

- *marketing de catálogo*, donde se trabaja con todo el repertorio pop
- *marketing de TV*: donde se incluyen todas las compilaciones promovidas por publicidad en TV e incluye todos los álbumes de artistas solistas
- *marketing del consumidor y comercial*: incluye todas las maneras de venta directa al consumidor y distribución a través de canales no convencionales.

Las cuatro compañías disqueras transnacionales son: Universal Music, Sony & BMG, Warner Music Group y EMI. A continuación se detallarán algunos puntos de éstas.

Universal Music es la compañía líder del mercado musical. Tiene licencias en 71 países, y es líder de la industria musical con un 23.6% del mercado en el 2003. Cuenta con editoras en 41 países. Los sellos discográficos que forman parte de Universal Music son: Barclay Records, DreamWorks, Interscope Geffen A&M Records, Island Def Jam Music Group, Lost Highway Records, MCA Nashville Records, Mercury Records, Mercury Nashville Records, Motor Music, Polydor Records, Universal Motown Records Group, Verve Music Group (Jazz) y Universal Classics Group cual incluye Decca Records, Deutsche Records, Grammophon Records, Philips Records y ECM Records. Su oficina central está ubicada en Estados Unidos de América. Universal Music tiene licencias en Norte América, Europa, Latino América y Asia Pacifico. Entre sus artistas más conocidos están: Blink 182, Bon Jovi, Mariah Carey, Sheryl Crow, Eminem, Sting, No Doubt, The Hives, Elton John, Metallica, U2, Paco de Lucia, Café Tacuba, Juanes, Enrique Iglesias, Molotov y Paulina Rubio.

Warner Music es la compañía privada más grande del mundo. Tiene licencias en más de 50 países. Su oficina central está ubicada en Londres. Warner Music Internacional tiene 3 oficinas regionales que cubren Asia pacífico, Europa y Latino América. Warner Music Group incluye la editorial Warner Chapell Music. Una de las editoriales líder en el mercado que cuenta con más de 1 millón de propiedades artísticas en el mundo entero. Los sellos discográficos que forman parte de Warner son: Atlantic Records, Elektra Records, Lava Records, Maverick Records, Nonesuch Records, Reprise Records, Rhino Records, Sire Records, Warner Bros. y World Warner Music International. Entre sus artistas más conocidos están: Maná, Luis Miguel, Fito Paez, Taxiride, Alejandro Sanz, Miguel Bosé,

Alex Ubago, Phil Collins, Enya, Olga Tañón, Laura Pausini, Lynda Lemay, Eric Clapton, Red hot Chilli Peppers, Alanis Morissette y Madonna.

EMI Group es una corporación de accionistas siendo la familia real el mayor partidario. Sus oficinas centrales están ubicadas en Londres. La compañía se estableció en 1897 y lleva 107 años laborando. Cuenta con más de 70 licencias en diferentes países, cuenta con 4 oficinas regionales que cubren Asia Pacífico, Norte América, UK y Europa. Cuenta con la editorial más grande de las compañías, tiene más de 1 millón de propiedades artísticas en el mundo entero. Los sellos discográficos que forman parte de EMI son: Capitol Records, Virgin records, Labels, Poko Records, Delabel, Hostile Records, EMI classics, Mute Records, Blue note Records, E Sounds, CCP Records, Abey Road Studios, Olympic Studios, Parlophone Records, Positiva Records, Real World, Angel Records, Black Porch Records, Caroline Records, Forefront Records, Priority Records, Shak Tire Records y Sparrow Records. Entre sus artistas más conocidos están: The Beatles, Elvis Presley, Lisa Marie Presley, Cold Play, Jenny Kravitz, Radiohead, Snoop Dog, Kylie Minogue, Alpha Blondie, Beastie Boys, Billy Idol, Black Sabbath, Kelis, Chemical Brothers, Pet Shop Boys, Daft Punk, Chingy, UB 40, Manu Chao, Jimmy Cliff y Frank Sinatra.

Sony & BMG es la nueva compañía, resultado de una alianza estratégica entre Sony Music Entertainment y BMG. “La nueva compañía combinará las mejores cualidades creativas, operativas y estratégicas de dos industrias consolidadas” dice Bertelsmann mayor accionista de BMG. BMG es una compañía que pertenece al grupo Bertelsmann AG, una corporación no pública de acciones. Bertelsmann AG produce, abastece y mercadea media. La oficina central está ubicada en la ciudad de Nueva York y cada una cuenta con 50% (Sony 50% y BMG 50%). Los sellos discográficos que forman parte de Sony BMG son: Arista Records, BMG Ariola, BMG Candaá, BMG Classics, BMG Japan, BMG Ricordi, BMG Strategic Marketing, BMG UK & Ireland, Columbia Records Group, Epic Records, J Records, Jive Records, LaFace, Legacy Recordings, Priority Music Group, RCA Label Group Nashville, RCA Records, RCA Victor Group, Sony Classical, Sony Norte, Sony Music Soundtrax, Sony Wonder y Verity. Entre los artistas más conocidos están: Dido, Whitney Houston, Santana, Aerosmith, Beyonce, Destiny’s Child, Dixie Chicks, Jessica Simpson, Bruce Springsteen, Anastacia, Incubus, Jennifer Lopez, Britney Spears, Justin Timberlake, Alicia Keys, Annie Lenox, Maroon 5, Pink, Christina Aguilera, Avril Lavigne y Velvet Revolver.

4.2 Compañías Disqueras Independientes

Las compañías disqueras independientes son compañías pequeñas que tienen como objetivo encontrar artistas, firmarlos, promoverlos y apoyarlos en el mercado. La estructura de estas compañías es mucho más pequeña que las de las compañías transnacionales. Por ejemplo, en Tercer Piso Records solo operan 5 personas en la oficina principal. Usualmente sólo tienen una sede y se afilian con terceros para cumplir los procesos de grabación, manufacturación, distribución y marketing. No cuentan con un gran catálogo de artistas que les provea una base económica con la cual puedan apoyar nuevos artistas. Por esta razón, las compañías independientes no cuentan con recursos económicos altos y es más difícil implementar una campaña de promoción intensa y con cobertura geográfica amplia. En la mayoría de los casos, estas compañías no pagan payola para sonar en la radio. La payola es un término utilizado por la industria disquera en México para describir el dinero que se le paga a la radio para que suenen la música. Su música no se escucha en rotaciones altas, ni en rotaciones bajas de la radio. De igual manera se les dificulta hacer videos de gran presupuesto para que aparezcan en los canales musicales de televisión como MTV, VH1 etc. Sin embargo, existen más libertades para los artistas en las compañías independientes, pues éstas no rigen la música ni el look, no sacrifican nada del arte para volverlo un poco más comercial. La filosofía de estas compañías es darles cabida a los artistas, grupos y proyectos que no han logrado tener cabida en las compañías transnacionales debido a que sus propuestas pueden no ser tan comerciales. Las compañías disqueras transnacionales lo que más buscan en un proyecto o artista es que venda. Los directores artísticos, personas que escuchan los demos de los artistas y deciden si firmarlos o no, muchas veces buscan que sea un buen negocio. Si van a arriesgar, prefieren la mayoría de las veces rechazar el proyecto, mientras que la filosofía de las compañías independientes más que hacer negocio, es impulsar a los músicos. Las compañías independientes tienen la ventaja de que pueden operar con costos administrativos y de infraestructura más bajos. Pepe Vergara, director de Tercer Piso Records dice que las compañías disqueras transnacionales, han perdido la sensibilidad humana, que “ya no se emocionan”. Y eso es algo que las compañías independientes todavía viven muy intensamente, su relación con sus artistas.