



Las matemáticas del negocio musical

COURTNEY LOVE :: 25/09/2009

Hoy quiero hablar sobre piratería y música. ¿Qué es piratería? Piratería es el acto de robar el trabajo de un artista sin ninguna intención de pagar por él.

Pero no estoy hablando del software tipo Napster.

Estoy hablando de los contratos con las grandes discográficas.

Quiero empezar con una historia que va sobre bandas de rock y compañías discográficas, y luego hacer un poco de aritmética.

La historia es la de una banda con pinta de éxito que pega el pelletazo de conseguir un trato con un 20% de royalties y un anticipo de un millón de dólares —ninguna banda sin importar su pinta de éxito ha conseguido nunca un 20% en royalties pero, qué coño—. Esta es mi aritmética divertida, basada en algo de realidad y que quiero apoyar afirmando que es mejor aritmética que la que hace Edgar Bronfman Jr. —presidente y CEO de Seagram, propietaria de Polygram—.

¿Qué pasa con ese millón de dólares?

Se gastan la mitad grabando el disco, lo que les deja con medio millón. Le pagan 100.000 a su manager en concepto de comisión. Y 25.000 más a su abogado y a su gestor de negocios.

Eso les deja 350.000 para repartirse entre los cuatro de la banda. Después de 170.000 en impuestos, quedan 180.000 dólares. A saber, 45.000 por persona.

Es decir, 45.000 para vivir durante un año hasta que salga el disco.

El disco es un exitazo y vende un millón de copias —cómo una banda llega a vender un millón de copias de su disco de debut es otro asunto, realmente, y puede explicarse con los conocimientos que todos tenemos sobre los cartels. Dicho sencillamente, las leyes antitrust en este país son básicamente una broma, algo que nos protege lo justo como para poder prescindir de que Philip Morris financie nuestros parques naturales—.

La banda saca dos singles y graba dos vídeos. Hacer los dos vídeos cuesta un millón de dólares, y la mitad de los costes de producción se descuenta de los royalties de la banda.

La banda gana 200.000 en giras, y se los queda la discográfica.

La discográfica se gasta 300.000 en promoción independiente en radios. Tienes que pagar promoción independiente para que tu canción esté en la radio. Es un sistema en el que las discográficas utilizan intermediarios para fingir que no saben que se les está pagando a las radios por poner sus discos.

Todos esos gastos de promoción independiente se los cargan a la banda.

Como tienen que devolver el anticipo de un millón de dólares, la banda ahora le debe dos millones de dólares a la discográfica.

Si el millón de discos se vende a su precio sin descuentos, la banda gana dos millones de dólares en royalties, dado que su 20% supone unos dos dólares por disco.

Dos millones de dólares en royalties menos dos millones de dólares en gastos a ser reembolsados, igual a cero.

¿Cuánto gana la discográfica?

Se han embolsado 11 millones de dólares.

Fabricar los CDs ha costado 500.000 dólares, y le han anticipado un millón a la banda. Aparte se han gastado un millón más en grabar los vídeos, 300.000 dólares en promoción de radio y 200.000 en apoyo a la gira.

Han pagado además 750.000 en royalties por publicación musical.

En marketing se han gastado 2,2 millones. Principalmente anuncios en tiendas, pero eso también paga los posters tipo Marilyn Manson en Times Square y también las furgonetas que dan vueltas por el distrito con ocupantes llevando camisetas negras de Korn y gorras de béisbol dadas la vuelta. Por no mencionar los viajes a Scores y el efectivo para pasar la tarde.

Todo sumado da que la compañía se ha gastado 4,4 millones de dólares. Así que su beneficio son 6,6 millones.

La banda habría ganado más currando en un 7-Eleven.

<http://www.hispasonic.com/blog/ivalladt/courtney-love-matematicas-negoci>. Indymedia Barcelona

https://www.lahaine.org/mm_ss_est_esp.php/las-matematicas-del-negocio-musical