

## ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA

Las disqueras se dicen conscientes de los avances tecnológicos, y afirman que para satisfacer a este sector, la industria se ha renovado digitalizando sus catálogos musicales, “ofreciendo a los consumidores *online* una amplia variedad de música en diferentes formatos y plataformas digitales”, dice el estudio de Amprofon.

Por desgracia para las compañías disqueras, las ganancias aún son muy bajas. Al cierre del primer semestre de 2007, los ingresos por ventas digitales representaron más del cinco por ciento del total de ventas de la industria, sin embargo, están lejos de compensar el declive en las ventas del producto físico como son los CDs.

En este escenario, las disqueras

contemplan cobrar un porcentaje a sus artistas de lo que ganen en sus conciertos, aunque las presentaciones eran la principal fuente de ingreso de los artistas. Incluso ante la pregunta de cuánto gana por la venta de cada disco *El Chico* Elizalde ríe y prefiere omitir el dato: “Pues la verdad yo no he sacado cuentas, pero no es mucho (risas), depende del arreglo”, dice el grupero.

De esta forma, las disqueras proyectan quedarse con un porcentaje de los conciertos, las giras y la venta de productos oficiales en torno a sus artistas, para así compensar las pérdidas por la piratería y las descargas de música. Hasta las transnacionales más importantes en México, Sony BMG, Universal, EMI y Warner, sólo contratarán este año a intérpretes que acepten ese nuevo esquema de trabajo, el cual implica ce-

der entre 10 y 20 por ciento de los ingresos que obtienen por cada una de sus presentaciones.

Artistas como Playa Limbo y Ximena Sariñana ya aceptaron esta forma de trabajo, la cual consiste en conferir a las disqueras los derechos de ejecución, sincronización y edición de temas. La ejecución se refiere a la colocación y transmisión de canciones en radio y TV; la sincronización, a la ubicación de éstas en *soundtracks* (bandas sonoras) o productos especiales adicionales al CD; y la edición, a las regalías.

Estos contratos denominados *full right*, están siendo aceptados por grupos o cantantes nuevos; en contraparte, artistas consagrados como Alejandro Fernández o Lucero, contemplan abandonar a sus disqueras. Pero artistas como HaAsh, Natalia Lafourcade, Motel, Belanova y Sin

