

Claves para vender música en el mundo

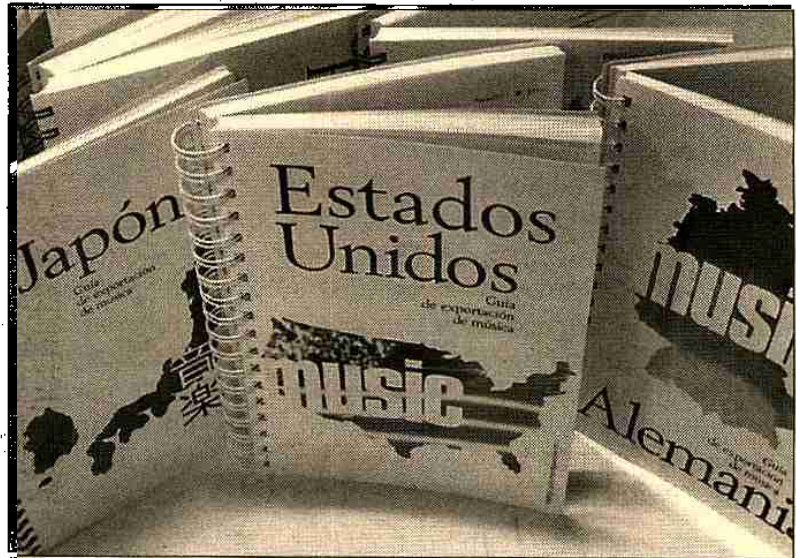
La Fundación Autor lanza cinco guías prácticas

M. P. Madrid

La Fundación Autor, en colaboración con la Oficina Europea de la Música (EMO), acaba de lanzar cinco guías con las claves de los mercados musicales de Estados Unidos, Japón, Alemania, Reino Unido y Brasil. Cinco mercados estratégicos para todos los que quieran vender discos, según Francisco Galindo, secretario general de la Fundación Autor.

El objetivo de estos volúmenes, que salen al mercado con un precio de 12 euros y están disponibles en inglés y español, es facilitar el desarrollo de iniciativas de promoción más eficaces. Las guías contienen información útil sobre las características de la industria en cuestión, desde su marco legal y económico a las estructuras de distribución o a la manera de organizar una gira, pasando por las relaciones clave en el sector o los géneros musicales. Incluyen, además, un directorio para poder establecer contactos con los principales agentes del sector.

La Fundación Autor tiene previsto editar en 2006 nuevas guías de Austria, Países



Primeros libros publicados de los mercados musicales. PABLO MONSIE

Bajos, Escandinavia, Rusia y España. El mercado de música grabada en nuestro país ha pasado de ocupar la sexta posición en el ranking internacional a la octava. Francisco Galindo culpa a la piratería del alejamiento de los puestos de cabeza, aunque considera que es un buen lugar teniendo en cuenta el número de habitantes de España y su consumo medio. Un estudio de la Unesco de 2002 cifraba las exportaciones españolas de música –considerando únicamente las unidades físicas– en 210 millones de euros, cifra que según Galindo se elevaría a 330 euros su-

mados los derechos de autor, licencias y conciertos en vivo.

La Fundación Autor ha detectado una mayor sensibilidad en organismos como el Ices (Instituto de Comercio Exterior) o la SEEI (Sociedad Estatal de Exposiciones Internacionales), pero todavía hace falta “un esfuerzo definitivo”, opina Galindo. Su propuesta es crear órganos especializados en exportación de música, como han hecho Francia o Alemania. “Sería deseable contar con plataformas que colaborasen con nuestros agentes para poner en circulación la obra de nuestros artistas”, asegura.