



LOS CONTRATOS DE ACTUACIÓN, DISCOGRÁFICO Y EDITORIAL EN LA INDUSTRIA MUSICAL

Sympathy ©
for the Lawyer

ELABORADO POR:
SYMPATHY FOR THE LAWYER
MAYO 2024

ÍNDICE

01 INTRODUCCIÓN

02 EL CONTRATO DE ACTUACIÓN

03 EL CONTRATO DISCOGRÁFICO

04 EL CONTRATO EDITORIAL

01 INTRODUCCIÓN

En la compleja industria musical, los contratos son los cimientos sobre los cuales se construyen las relaciones entre artistas, sellos discográficos, promotores y otros actores y actrices claves del negocio. Desde la firma de un contrato editorial que regula los derechos de autor hasta un acuerdo discográfico que impulsa la distribución y promoción de un álbum, pasando por el contrato de actuación esencial en el directo, cada tipo de contrato juega un papel fundamental en el éxito y la protección de los intereses de todas las partes involucradas.

02 EL CONTRATO DE ACTUACIÓN

El contrato de actuación musical regula la prestación de servicios artísticos para la realización de espectáculos públicos, en este caso, eventos musicales, ya sean conciertos o festivales. Definir de manera adecuada todas las condiciones legales, Riders y otro tipo de cláusulas, evitará conflictos y anticipará al promotor la solución a problemas habituales en la realización de conciertos y festivales.

Para ello, existen una serie de cláusulas esenciales a las que hay que atender expresamente y que de su negociación dependerá la buena relación con el artista, banda y/o su equipo de management y el buen funcionamiento del evento.

02 EL CONTRATO DE ACTUACIÓN

Definiendo las Partes: Promotores y Artistas

Por un lado, está el promotor, aquel que asume el riesgo y la responsabilidad del evento. Es crucial diferenciar entre diferentes tipos de promotores, ya sean personas físicas o jurídicas, entidades públicas o privadas. Por otro lado, tenemos al artista o banda, junto con su agencia de management. Es esencial asegurarse de que la parte firmante del contrato tenga los derechos de representación del artista o banda, o de lo contrario, se deberá negociar directamente con estos últimos.

Exclusividad y Configuración del Cartel

La exclusividad territorial es un punto clave para el promotor, especialmente en festivales. La negociación de esta cláusula suele influir en el caché del artista, y puede incluir condiciones como la exclusividad en la provincia o comunidad autónoma donde se celebra el evento. Además, la configuración del cartel debe ser acordada previamente para evitar conflictos con el management del artista. Lo ideal es configurar el cartel en base al caché de los artistas o bandas o al impacto en la explotación digital que sus temas han tenido durante el año. La figura del co-headliner o headliner solo de día también suele utilizarse para negociar y calibrar esta cláusula.

02 EL CONTRATO DE ACTUACIÓN

Horarios de Actuación y Rider Técnico

En el caso de festivales, negociar los horarios de actuación es crucial. Es habitual que el management de los mismos exija horarios entre las 22:00 y las 02:00 salvo excepciones. Lo ideal para cuadrar los horarios es efectuarlo de acuerdo al público asistente y al impacto de estos artistas en el público sin perjudicar los requerimientos de producción.

Además, el Rider Técnico, que detalla las necesidades técnicas del artista, debe ser negociado y firmado con el contrato para evitar confusiones en el día del evento. Es fundamental establecer todos los aspectos técnicos de manera clara y detallada.

Gestión del Repertorio y Cesión de Derechos

La gestión del repertorio es un aspecto legalmente obligatorio y puede influir en las tarifas de las entidades de gestión de derechos. Enviar el setlist con antelación puede conllevar descuentos en estas tarifas. Del mismo modo, si el festival se va a retransmitir en directo o a explotarse su grabación en internet, es importante establecer en el contrato de actuación que los setlists se enviarán con la antelación suficiente para que el promotor gestione las licencias editoriales y fonográficas correspondientes. Además, se deben negociar cláusulas de cesión de derechos que regulen el uso del nombre artístico, imagen y marca del artista para la promoción del evento.

02 EL CONTRATO DE ACTUACIÓN

Retribución, Patrocinios y Publicidad

El caché del artista o banda se negocia de forma previa al Contrato, por lo que no suele ser un motivo de conflicto salvo casos de incumplimiento en los plazos de pago. En este sentido, se recomienda fijar cantidades asumibles por el promotor y establecer de forma muy precisa qué clase de gastos van incluidos en el caché, qué gastos se cubrirán por parte del promotor de forma adicional al mismo y qué gastos no se cubrirán de ninguna forma por esta parte.

En términos de patrocinios para eventos, los artistas y sus equipos suelen preferir establecer estos acuerdos antes de que tenga lugar el evento. Sin embargo, pueden mostrarse renuentes a vincularse directamente con marcas específicas. Para resolver este dilema, se busca un equilibrio entre la comodidad del artista y la colaboración con marcas, a menudo mediante cláusulas que evitan una vinculación directa y personal con los patrocinadores del evento. Como alternativa, se puede acordar una participación en los ingresos generados por los patrocinadores como parte de la compensación principal del artista.

En cuanto al merchandising, se puede pactar una participación del promotor en los ingresos generados por el artista gracias a la venta de merchandising dentro del recinto del concierto o festival, ese porcentaje no suele ser menor al 10 %.

02 EL CONTRATO DE ACTUACIÓN

Responsabilidades y Plan de Seguridad

Es crucial definir las responsabilidades de cada parte en caso de daños materiales o humanos durante el evento. El promotor debe garantizar un plan de seguridad adecuado, con límites claros en cuanto a su responsabilidad. Además, se pueden establecer cláusulas sobre seguros de responsabilidad civil para el artista y su equipo.

Suspensión e Incumplimientos Contractuales

En caso de incumplimiento del contrato, se deben establecer cláusulas que protejan los intereses de ambas partes. El promotor puede negociar la devolución del caché y una indemnización por daños y perjuicios en caso de incumplimiento por parte del artista. También se deben considerar cláusulas para casos de fuerza mayor.

Legislación y Firma del Contrato

Especialmente de cara a la firma con artistas extranjeros, en ocasiones plantean su propio borrador de contrato donde se estipula que la legislación aplicable y la jurisdicción son las de su país de origen. Hay que tratar de evitar estas cláusulas y modificarlas, estableciendo que serán ambas las de España para el caso en que hubiera cualquier conflicto a solucionar en tribunales.

Finalmente, la firma del contrato debe ser un proceso claro y completo, evitando situaciones en las que el contrato no esté en vigor debido a la falta de firma de alguna de las partes.

03 EL CONTRATO DISCOGRÁFICO

El contrato discográfico es esencial en la industria musical, a menudo causando preocupación entre los músicos. Este documento legal regula la relación entre el artista y el sello discográfico, estableciendo las obligaciones y derechos de ambas partes. Hoy día esta fórmula encuentra alternativas en los contratos de licencia, distribución o joint-venture, cada vez más frecuentes en el caso de artistas autoeditados o como colaboración entre sellos independientes.

Negociación Previa

Antes de redactar el contrato, es crucial acordar aspectos fundamentales como la duración del contrato, el número de discos, estrategias de promoción y porcentajes económicos. Estos acuerdos deben plasmarse en un precontrato o acuerdo de intenciones para evitar malentendidos futuros.

Partes y objeto del contrato

El contrato se firma entre el artista (individual o banda) y el productor fonográfico o sello discográfico. Es importante distinguir entre el artista intérprete y el autor de las canciones, ya que estos roles pueden conllevar contratos distintos. El contrato cede en exclusiva al sello los derechos de reproducción, comunicación pública y distribución de las grabaciones del artista. También especifica la obligación del artista de participar en las grabaciones.

03 EL CONTRATO DISCOGRÁFICO

Remuneración y Royalties

La compensación suele ser un porcentaje sobre los ingresos generados por la explotación de las grabaciones (máster), pudiendo variar según el tipo de ventas (online, físicas) y el volumen de ingresos. Un ejemplo sería: un 20% de los ingresos en streaming, y un 10% de las ventas físicas hasta la copia 10.000, y un 15% de las ventas físicas a partir de la copia 10.001. A veces, el sello ofrece un adelanto a cuenta de futuros royalties. Es vital definir claramente los costes que se deducirán de la remuneración del artista.

Modalidades de Explotación y compromiso de grabación

El contrato debe especificar todas las formas de explotación de las grabaciones, incluyendo ventas físicas y digitales (streaming, descargas). También se deben acordar condiciones para la edición física del material.

El artista se compromete a grabar un número determinado de discos durante la vigencia del contrato, con características generales predefinidas. Este compromiso puede estar condicionado a ciertos niveles de éxito comercial (ingresos o datos de los lanzamientos anteriores)

03 EL CONTRATO DISCOGRÁFICO

Exclusividad y obligaciones del sello

El contrato suele incluir una cláusula de exclusividad que impide al artista grabar las mismas obras con otro sello durante un plazo determinado, generalmente 20 años. Esta cláusula es precisamente la que ha hecho que Taylor Swift tuviera que esperar 10 años poder regrabar sus obras. Esta exclusividad puede extenderse a la participación del artista en grabaciones de otros músicos o en actuaciones en directo.

El sello discográfico debe aportar contactos, inversión y orientación para la carrera del artista, asegurando una promoción eficaz. Es crucial que los músicos evalúen la solvencia y compromiso del sello. El éxito no solo se mide en ventas, sino en la capacidad de llegar al público adecuado.

Hay sellos pequeños con poco presupuesto que se dejan la piel por sus artistas, al igual que hay casos de presupuestos importantes que se gestionan sin mucho acierto. Por tanto, es importante tener en cuenta el valor añadido que proporciona el sello, más allá de pagar el estudio de grabación y las campañas de marketing.

03 EL CONTRATO DISCOGRÁFICO

Derechos de Imagen y Marca

El contrato puede incluir una autorización para que el sello utilice la imagen y el nombre del artista en actividades promocionales. En algunos casos, ojo, esto se gestiona bajo contratos 360, donde el sello maneja todos los aspectos de la carrera del artista.

Duración del Contrato y causas de resolución

La duración típica es de dos a cinco años, con un compromiso de grabar un número específico de álbumes. Siempre está la posibilidad de negociar la carta de libertad y resolver el contrato anticipadamente, o bien analizar si el sello está incumpliendo alguna de las obligaciones contraídas en el contrato. OJO, si queremos resolver anticipadamente el contrato, el sello nos pedirá que paguemos la parte del adelanto que quede aún pendiente de devolver.

El contrato debe incluir causas específicas para la resolución anticipada, como el incumplimiento de objetivos de ventas o de marketing. También es posible resolver el contrato si el sello o el artista o banda incumple sus obligaciones.

04 EL CONTRATO EDITORIAL

El contrato de edición en general tiene como finalidad regular la cesión de algunos derechos por parte del autor o compositor a un editor para que reproduzca y distribuya la obra. El autor cede derechos a cambio de una contraprestación económica y es el editor el que corre con los riesgos de editar la obra. En el ámbito musical el editor desarrolla principalmente la función de explotación y gestión de los derechos de un compositor sobre sus obras y existen multitud de compañías que hacen la función de editora musical.

Los derechos que el autor cede son los siguientes derechos de explotación (no cede derechos morales):

1. Derecho de Reproducción de la obra
2. Derecho de Distribución de la obra
3. Derecho de comunicación pública

El derecho de reproducción consiste en la fijación de las mismas en un soporte físico. Por su parte, el derecho de distribución es la puesta a disposición del público de la obra en formato tangible.

Por tanto, podemos decir que el editor es la persona física o jurídica encargada de la explotación de las obras musicales. En el sector musical, lo habitual es que el editor autorice a una discográfica para que ésta se encargue de la grabación (derecho de fijación) y posterior reproducción y distribución del disco. Un disco puede estar compuesto de canciones cuyos derechos correspondan a distintas editoriales.

04 EL CONTRATO EDITORIAL

Contenido del contrato de edición musical

Los requisitos obligatorios que debe contener un contrato editorial son:

- formalización obligatoria por escrito;
- expresar si la cesión de derechos tiene o no carácter de exclusiva;
- delimitar el ámbito territorial de la cesión;
- número máximo y mínimo de composiciones de cada edición;
- especificar la forma de distribución
- remuneración del autor;
- plazo para la publicación o puesta en circulación;
- plazos de entrega del autor.

Si el contrato de edición no es por escrito, o no contiene las cláusulas acerca del número de ejemplares de la edición o la relativa a la remuneración del autor, el contrato será nulo.

El contrato de edición no se utiliza para obras futuras, obras por encargo o colaboraciones en publicaciones periódicas. En esos casos hay que recurrir a otras figuras contractuales como el contrato de encargo de obra o contratos de colaboración, adaptados a las características de cada caso. Sin embargo, es habitual regular una obra por encargo en un contrato previo que regula el anticipo a recibir en concepto del posterior contrato de edición.

04 EL CONTRATO EDITORIAL

Obligaciones del editor musical

La regulación legal del contrato de edición también se ocupa de establecer algunas obligaciones para las partes. Por un lado, el editor está obligado a:

- Reproducir la obra en la forma convenida, sin introducir modificaciones no hayan sido autorizadas por el autor.
- Incluir el nombre del autor.
- Distribuir la obra en el plazo y condiciones estipulados.
- Asegurar a la obra una explotación continua y una difusión comercial conforme al sector.
- Satisfacer al autor la remuneración estipulada y, cuando ésta sea proporcional, al menos una vez cada año, la oportuna liquidación.

Las obligaciones del autor son:

- Entregar al editor en debida forma para su reproducción y dentro del plazo convenido la obra objeto de la edición.
- Responder ante el editor de la autoría y originalidad de la obra y del ejercicio pacífico de los derechos que le hubiese cedido.

La remuneración que el editor debe pagar al autor será proporcional a los ingresos que genere la obra, según un porcentaje que pacten ambas partes. Sin embargo, se permite que el pago al autor se realice mediante cantidades fijas a tanto alzado en determinadas circunstancias.

04 EL CONTRATO EDITORIAL

Especialidades del contrato de edición musical

El artículo 71 de la Ley de Propiedad Intelectual, establece una serie de especialidades para el contrato de edición aplicado a obras musicales. Como decíamos anteriormente, en el contrato de edición de obras musicales el autor cede también el derecho de comunicación pública. La comunicación pública es todo acto mediante el cual un grupo de personas tiene acceso a la obra sin que previamente se le haya entregado un ejemplar.

Esto incluiría que el editor será el responsable de autorizar la representación de la obra musical ante el público, la emisión a través de radio, servicios de streaming,... Es lógico que el editor musical, mediante autorización o licencia, esté facultado para poder difundir las canciones más allá de la distribución en formato físico (LP, CD,...), ya sea con una finalidad promocional, conciertos o de venta (formato digital).



musikabulegoa.eus