



¡Lo que las casas disqueras no quieren que sepas!

¡El sistema de grandes disqueras ha muerto, el momento de la independencia musical ya está aquí! Ahora tienes a tu disposición todas las herramientas que necesitas para alcanzar el éxito musical bajo tus propios términos. Armado con sólo una guitarra y una computadora, puedes mantener una carrera musical sin tener que vender tu alma o ceder todos tus derechos musicales a alguien que está solamente buscando ganancias.

Ya no tienes que encajar en el molde de la maquinaria comercial; ahora eres libre de buscar tu arte de la manera que TÚ desees.

En el nuevo negocio de la música puedes:

Conseguir a tus propios seguidores. Desde la grabación hasta la promoción, ahora tienes las herramientas que necesitas para lograr y mantener una exitosa carrera independiente en la música.

Conservar todos tus derechos. Ya no más regalar tu vida firmando un contrato en una servilleta de bar. Tienes la oportunidad de decidir cómo se escuchará tu música, y cómo se registrará y distribuirá.

Ganar dinero y CONSERVARLO. Atrás han quedado los días en que una disquera se quedaba con la mayor parte (o más) de tus ingresos. Es TU trabajo duro y tu música, así que tú deberías ganar ese dinero.

El Camino al Éxito Musical Independiente

No siempre es fácil ser un músico independiente. Pero hay pocas cosas más gratificantes que parquear tu carro en tu garaje después de una provechosa gira de 6 semanas que tú mismo reservaste; pocas experiencias que puedan superar el escuchar por primera vez tu versión masterizada de tu nuevo álbum autofinanciado y autoproducido; pocos momentos más estimulantes que cuando tu lista de fans crece a 500, o 1000, o 10000, y sabes que te los ganaste a todos y cada uno de ellos a través de tu propio trabajo duro.

Hemos reunido algunos de los consejos más útiles de nuestro arsenal de recursos gratuitos (guías, podcasts, blogs, etc.) que te ayudarán a dar unos pasos más a través de ese camino independiente. Hemos visto a miles de músicos poner estos consejos en práctica, con grandes resultados.

Si eres como la mayoría de los músicos independientes, estás balanceando tus intentos musicales con la familia y otros compromisos profesionales o personales. No puedes perder mucho tiempo. Así que hay que poner las cosas en marcha con 5 consejos para asegurarte de que tu tiempo en Twitter sea bien invertido.

5 Pasos para salvar la cuenta de Twitter de tu nueva banda del hueco negro de perder el tiempo.



1. Limpia tu flujo de mensajes - Una buena limpieza debe tener lugar. Si eres como el artista promedio, estás siguiendo a demasiadas personas por todas las razones equivocadas y es el momento de dejar de seguir a la mayoría de ellos. Tienes que limpiar la basura y el ruido para poder hacer que el flujo de mensajes de tu Twitter sea útil y manejable. No sigas a la gente sólo porque te siguen.

2. Sigue con un propósito - Deja de seguir a todo el mundo aleatoriamente (incluso en tu escena musical local). Sigue a las bandas, clubes, y agentes de clubes con los que te gustaría trabajar, y que quizás querrán trabajar contigo. Mantén esta lista tan corta como sea posible.

3. Enfócate en lo local - Da a tu flujo de mensajes de Twitter el toque local para que refleje el pulso de la escena musical de tu género en tu ciudad. Que sea lo más centrado posible. No sigas a la gente en todo el país o en todo el mundo sólo porque puedes.

4. Interactúa - Ahora que tienes tu lista de seguimiento específica, es el momento de interactuar, y mientras más interacción mejor. Los medios sociales son una excelente manera de proyectar el contenido, pero son mucho más efectivos si ese contenido se empareja con una interacción sincera. Este paso es clave.

5. Lleva las relaciones al mundo real - Una vez que hayas comenzado a dialogar con la gente, pide reunirte en persona. Te sorprenderá ver cuántas personas están más que dispuestas a tomar una taza de café contigo y compartir sus ideas y experiencias. También es más probable que piensen en ti cuando estén buscando a un artista o banda como tú. Nota: Cada vez que conozcas gente a través de Internet, no seas estúpido. Utiliza el sentido común: reúnete con esas personas en público y lleva una lata de spray pimienta.

Lo importante a recordar es que tu enfoque de red social evolucionará a medida que tu carrera musical se desarrolle. Es inteligente el comenzar local. Define tus objetivos, céntrate en ese objetivo, y verás muchos mejores resultados.

Olvídate de la Radio Comercial:

Cómo Lanzar tu Propia Campaña de Radio en tu Universidad / Comunidad

Al contrario de lo que Internet te puede decir, la radio importa cuando se trata de mantener una carrera musical exitosa. La radio comercial sigue siendo un sistema corporativo cerrado (fraudulento), pero la buena noticia es que las estaciones de radio de la universidad, de la comunidad y de Internet están hambrientas de nueva música independiente. Con un buen plan y algo de tiempo libre puedes hacer un trabajo decente como tu propio promotor de radio. Estos son los pasos para hacerlo (y algunos de estos mismos principios se pueden aplicar también a tus relaciones públicas y a las campañas de reservaciones de boletos):

1. Monta 100-200 envíos de correo - Este paquete debe incluir un CD (quita el envoltorio de celofán)



junto con una página promocional del artista. Que no tenga fotos extras o desorden. Asimismo, no envíes copias adicionales del CD ni le pidas al destinatario que las pase a otros en la estación.

2. Desarrolla una lista específica - Arma una lista específica de estaciones universitarias, de la comunidad y públicas, así como de programas comerciales especiales (locales u horas al aire sin ocupar) que sean apropiados para tu género. Tendrás más suerte si limitas esta lista a un área geográfica que puedas realmente recorrer por lo menos 3 o 4 veces al año.
3. Debes saber a quién contactar - Es importante dirigir tu paquete directamente a la persona a la que estás tratando de llegar en la estación. En la mayoría de los casos, será el director del programa (algunas estaciones también tienen un director de música). Si la estación tiene un programa específico con música como la tuya, sigue adelante y envía a ese DJ un paquete también, pues puede que tengan algún espacio cuando las listas de reproducción del programa estén siendo montadas. Nunca envíes tu paquete simplemente dirigido a la estación, ya que, o bien se puede perder en el montón o ser tirado a la basura.
4. Sé claro en cuanto a tus intenciones - ¿Estás promoviendo una canción específica? ¿Hay ciertas canciones que funcionan mejor para la radio? Es importante ser claro con el director del programa / musical, ya que ellos no tienen tiempo para escuchar tu álbum entero y decidir lo que va a funcionar.
5. Dale seguimiento dos semanas más tarde - después de que envíes tus CDs a la radio, chequea de nuevo en un par de semanas por teléfono o correo electrónico para asegurarte de que lo recibieron y tuvieron la oportunidad de escucharlo, y pregunta si lo van a añadir a su lista de reproducción. No te molestes si dicen NO. Sólo educadamente pregunta el "por qué" y dales las gracias si te dicen la razón. Si dicen que sí, dales las gracias brevemente y de manera casual pregunta cuál es su procedimiento preferido para que puedas chequear la recepción real que tu álbum está recibiendo de su público. Siéntete libre de revisar de nuevo cada pocas semanas para ver si todavía está en rotación. Puede que te sientas como si estuvieras siendo una plaga, pero en realidad hemos oído a DJs de radio de universidades que dicen apreciar cuando alguien llama para recordarles poner una canción determinada. De lo contrario, tienden a sentir que entran en una rutina de programación y empiezan a tocar las mismas viejas canciones.
6. Así que lograste que tocaran tu música - Si escuchas que una emisora ha añadido tu música a su lista de reproducción, es importante hacer un seguimiento con unas gracias. Pregúntales si hay algo que puedas hacer por ellos. Tal vez les gustaría que grabaras un parachoques para ellos (una de esas pequeñas emisiones de radio donde una banda dice "Hey, somos Led Zeppelin y estás escuchando a KLED!") Quizás podrías enviarles discos gratis para que ellos regalen en alguna promoción de la estación. Las opciones son ilimitadas.
7. Mantente en contacto - Si una estación ha mostrado interés en tu música, asegúrate de mantenerlos al día con tu carrera musical (además de lanzarles tu música). Un correo electrónico



trimestral destacando fechas de tus conciertos y logros recientes de tu carrera debería ser suficiente para mantenerte en su conciencia. No los agregues a tu lista de correo electrónico de fans a menos que pidan ser agregados.

8. La sincronización lo es todo - Asegúrate de estar listo y dispuesto a hacer todos estos pasos en un período de tiempo corto. Al igual que en la prensa, tu gran oportunidad de hacer cualquier impacto significativo con la radio es cuando tu CD es nuevo (1-3 meses), para que todas tus fichas estén alineadas llegado el momento de sacarlo.

Consejos de Reservaciones:

Como Tocarle a Salas Llenas en Cada Ciudad en la que Hagas Gira

El vender todas las entradas en los conciertos no siempre se trata de ventas de álbumes, insistencia de los medios, y de tocar las canciones en la radio. A veces, algunas buenas elecciones en la fase de planificación de tu gira pueden hacer la diferencia entre ganar el aplauso de extraños y cantar en una cabina de grabación.

Estos son algunos consejos que te ayudarán a llenar todas las salas donde toques en la gira:

Trabajar con otras bandas hace la diferencia

Muy pocos asistentes a conciertos corren riesgos con nuevas bandas simplemente por la buena prensa. Cuando estás de gira por territorios desconocidos, tu mejor opción es juntarte con una banda local que ya tiene seguidores. Es muy sencillo: abres para ellos en su ciudad, y en algún momento más adelante - abren para ti en tu ciudad.

- Pregúntale a tus amigos en otras ciudades cuáles grupos establecidos encajarían bien con tu banda si fueras de gira por su ciudad.
- Busca en Internet (blogs, Facebook, Twitter, y sí, incluso MySpace) por músicos similares en cada parada de tu gira y ponte en contacto con ellos por correo electrónico.

Aunque sé realista; si sólo puedes vender un local de capacidad para 200 personas en tu propia ciudad, no te acerques a las bandas que están llenando el domo ACME en su ciudad. Fija tu mirada en bandas que están casi al mismo nivel que tú en términos de seguidores y reconocimiento.

- Si has encontrado un buen ajuste, será más probable que los compradores de talento te den el concierto ya que a) has realizado la mayor parte del trabajo de reservación por ellos, y b) te has alineado con un grupo que ya saben que puede atraer seguidores.
- Mira si la banda quiere hacer una serie de fechas contigo en su región (en la que ayuden reservando, por supuesto), y, a cambio, les acompañarás en una etapa de su gira por tu región.
- Haz amigos. Esto no se trata sólo de una victoria rápida. Si puedes formar algunas conexiones humanas reales con bandas de otras regiones, tu red de seguidores crecerá exponencialmente. Mejores conciertos, estancia gratis, equipo de promoción callejera y elogios de boca en boca serán lo



siguiente.

- Mantente a la altura de tus promesas, en términos de reservar bandas en tu ciudad. Y ten paciencia - esta estrategia puede que no te convierta en una estrella en un día, pero te ayudará a construir una carrera sostenible con un fan, una banda, una ciudad a la vez.

Sé más grande que la sala de concierto

Parte de ser un músico independiente es el manejo de las impresiones. No importa lo mucho que quieras tocar en el lugar más de moda o estar en un gran escenario, el tocar para clubes medio vacíos es malo para el negocio. En su lugar, reserva en un lugar que sea demasiado pequeño para ti.

Un promotor de conciertos o comprador de talento no va a darte palmaditas en la espalda por haber traído los fans suficientes para llenar un lugar a medias. Ellos sólo van a ver esos asientos vacíos. La pista de baile muerta. El bar vacante. Las oportunidades perdidas. El dinero malgastado.

Pero por el contrario, el tener "BOLETOS AGOTADOS" tiene cierto encanto, ¿no? E incluso si sólo has "Agotado" un café que tiene capacidad para 30 personas, el lugar va a querer tenerte de vuelta. Y lo más importante, la voz de que "llenaste el lugar" se correrá a otros agentes de reservaciones, bandas, aficionados a la música y medios. Claro, sólo había 30 personas allí. Sin embargo, una pequeña sala llena de aficionados a veces puede parecer más impresionante que una sala grande que no lo está.

Hoy más que nunca, mantener una exitosa carrera musical está a tu alcance. Hoy en día, no necesitas una disquera, lo que necesitas es tiempo, herramientas de promoción, y talento.

[Artículo original: <http://members.cdbaby.com/campaigns/ThisMachine.pdf>]