

Reseña

Manual para el manejo de artistas musicales



Autores: Nelson Eduardo Gómez
Julieta Ramírez Mejía
Año: 2011.
Ciudad: Bogotá D.C.

**Autora de la reseña
Julieta Ramírez Mejía**

El libro *Manual para el Manejo de Artistas Musicales*, presenta a los interesados por el mundo del *mánager* y del *Management* de artistas musicales, un enfoque pedagógico para el conocimiento y aprendizaje de cada una de las etapas necesarias y recurrentes para el desarrollo de la vía de un artista. Cada capítulo, invita al lector a desarrollar su capacidad de aprendizaje autónomo a partir de la combinación de aspectos conceptuales y ejercicios prácticos que le permitan confrontar su conocimiento y el desarrollo de sus competencias. Este punto resulta especialmente relevante, dado que permite a *mánagers* nacientes acercarse al universo del *management* musical. De igual manera permite a músicos, empresarios, personas de medios de comunicación y demás agentes de la industria musical una comprensión de los aspectos relacionados con el manejo y administración de carreras musicales.

El libro se ha estructurado en cinco capítulos con el propósito de abordar los temas más relevantes asociados a la carrera del *mánager* musical:

1. Consideraciones teórico prácticas alrededor de la labor del *mánager* musical. En primer lugar, este capítulo aborda los cambios que han surgido recientemente dentro de la industria musical que afectan trascendentalmente el desempeño de la labor del *mánager*, que alteran su relación con los distintos eslabones de la cadena de valor de la industria de la música y que le representan una nueva posición, privilegiada por demás, dentro de la misma. En segundo lugar, se consideran las políticas públicas culturales en Colombia con el fin de destacar su importancia para el desempeño del *mánager* como factor determinante en el desarrollo de las industrias musicales. Dentro de este último aparte se tienen en cuenta igualmente algunas de las acciones impulsadas por las políticas públicas del Ministerio de Cultura de Colombia que impactan directamente sobre el *mánager* musical. Por último, el capítulo incluye una pequeña reseña histórica del origen y evolución de la figura del *manager* musical.

2. El *mánager* musical. Este capítulo está dividido en tres partes: en primer lugar se presentan las definiciones construidas del *manager* a partir de su reconocimiento social. Se abordan conceptos generales del *management* como disciplina administrativa hasta definiciones específicas del ámbito de desarrollo de la figura del *mánager* artístico y musical. Se describen

los diferentes roles adoptados por el mánager musical en su relación con el artista como son: figura paternal, equipo, filtro, gerente y personal manager. La segunda parte presenta los miembros del equipo del manager que le permiten desempeñar su función de manera eficaz especializándose en diversas áreas del manejo del artista. Estas áreas de apoyo consisten en:

- ♦ Asistencia administrativa, área responsable de la consecución de financiación y apoyos financieros, asignación del gasto, diseño de estrategias de márketing, gestión de los derechos editoriales del artista, registro contable y diseño presupuestal.
- ♦ Relaciones con medios y fans, esta área tiene la responsabilidad de acercar al artista con el público de manera eficiente con los seguidores y con los medios de comunicación.
- ♦ Producción técnica, los miembros de esta área se encargan de la calidad de las presentaciones del artista así como de brindar apoyo en la publicidad, logística y asistencia técnica. Tratan aspectos puntuales que van desde la instalación y mantenimiento de equipos, tarimas, luces; hasta la coordinación del transporte, itinerarios, alimentación y alojamiento.
- ♦ Internacionalización y giras, entre las responsabilidades de esta área se encuentran el diseño y contactos requeridos para emprender una gira internacional con el artista. De igual forma se encargan de aspectos al interior de una gira como comunicaciones, merchandising, venta de shows en territorios internacionales, promoción, ruta de la gira, alojamiento y transportes, entre otros.

Finalmente, la tercera parte del capítulo presenta los rasgos e identidad del mánager en la cual se exponen elementos subjetivos que hacen referencia al “SER” del mánager. Se abordan tres requisitos del mánager musical: pasión, conexiones y capital. Asimismo se describen las características de la personalidad del mánager dentro de las cuales se cuentan la honestidad, la capacidad de asumir riesgos y el espíritu emprendedor, entre otras. De igual forma se presentan recomendaciones acerca de lo que “debe SABER”, de lo que “debe HACER y no hacer” del manager.

3. Desarrollo de la carrera de un artista. Traza la ruta a seguir desde el descubrimiento del artista hasta la consolidación de su carrera. Este capítulo recrea los momentos o etapas administrativas que ejecuta el mánager para desarrollar a un artista en un mercado musical. No obstante, los autores, hacen hincapié que un premisa del mánager de éxito es no dar por sentado que ha culminado todas las etapas y acciones de madurez profesional de su cliente. Las etapas de desarrollo revisadas en este capítulo son:

- ♦ Escogencia del artista
- ♦ Planeación estratégica
- ♦ Consolidación de productos.
- ♦ Etapa de lanzamiento
- ♦ Internacionalización

4. Ética del mánager musical. La ética entendida como el conjunto de principios orientadores que guían la toma de decisiones frente a cualquier situación de las personas, permite abordar los aspectos asociados al desempeño y comportamiento ético del mánager como persona y como líder del desarrollo y mantenimiento de un artista. Este capítulo incluye cuidados, atributos y valores por los cuales se debe caracterizar el desempeño ético del mánager.

5. Contratos. No es posible concebir un manual sobre management de artistas musicales sin hablar del tema de contratos. Una vez inmerso en el mundo de la representación de talentos, los contratos se convierten en temas del día a día para un mánager. Se puede decir que cada etapa y relación del mánager con otras personas, está mediada por un contrato para cualquier servicio que preste su artista. Este capítulo es de gran importancia dado que en Colombia, la informalidad, los supuestos y los acuerdos verbales es el común denominador entre mánager, artistas y empresarios. A esta situación se suma el desconocimiento de la normatividad específica y aplicable a cada agente del sector como por ejemplo sobre Derechos de Autor, Conexos y prácticas contractuales entre músicos, productores y empresarios.