



José Ramón Gil  
Abogado

## 13 - El entorno legal del DJ

### “Lat night a lawyer saved my life”

Mis primeras palabras son para el autor de este libro por dejarme participar en el mismo a fin de tratar de arrojar un poco de luz en las cuestiones legales que se plantean en el entorno DJ.

El sector DJ ha evolucionado mucho en las últimas dos décadas, de tal modo que ha pasado de ser un sector solo bien conocido por unos pocos a estar en la primera línea convirtiendo la figura del DJ en una estrella. La mejor muestra de dicha evolución y su repercusión es el mismo libro que estás leyendo.

Pero como en todos los sectores, en “Primera división” juegan unos pocos en unas condiciones excepcionales, y el día a día de la gran mayoría es otro muy diferente. Lo que sí que coincide en todos los estratos si de verdad se es DJ es la ilusión por tu trabajo. Esa ilusión de hoy es la que en ocasiones ha llevado a los problemas del mañana con los compromisos adquiridos en base a una confianza excesiva o una creencia absoluta en la innecesidad de formalismos por la confianza existente. Con ello no quiero lanzar una señal alarmista y decir que siempre necesitaremos de los máximos formalismos; siempre que tengamos claras las “reglas del juego”, si además dejamos constancia, os aseguro que reduciréis significativamente el número de posibles problemas.

A día de hoy el DJ ya es un artista consolidado y nadie duda que realice en cada sesión una labor creativa indiscutible. En dichas sesiones debe combinar conocimientos musicales, técnica, psicología frente a su público en la selección musical, espontaneidad e ingenio. Asimismo, el poder de convocatoria del DJ frente a este público es ascendente equiparado en la actualidad a artistas tales como cantantes o grupos musicales. Con ello, además de ser una figura artística es un profesional indiscutible, por lo que es totalmente correcto pedir que se apliquen idénticas o similares reglas que se aplican a otros sectores del ámbito musical o artístico.

En las siguientes líneas no pretendemos aleccionar a nadie. Se trata únicamente de establecer algunas líneas maestras, así como romper algunas ideas erróneas y mitos habituales del entorno. Lo haremos siguiendo el formato de pregunta, mucho más cercano. Son cuestiones planteadas en muchas ocasiones a los profesionales que os expongo con la seguridad que algunas de ellas os resultarán familiares.

#### 13.1 - ¿Es obligatorio firmar un contrato para todas las actuaciones?

Hay que partir de la premisa que el hecho de que no exista un

“papel”, un documento físico bajo el nombre “contrato”, no quiere decir que no estemos ante uno desde el momento en que hay un acuerdo entre las partes. Con ello quiero decir que, si bien lo aconsejable es un documento en el que se recoja cual es el acuerdo alcanzado (manifestaciones y objeto del contrato) así como todas las condiciones del mismo (pactos/cláusulas), en el supuesto que ello no sea posible es aconsejable que, cuanto menos, tratemos de dejar constancia por escrito de ese acuerdo y condiciones a través de unas líneas, bien una comunicación vía correo, vía mail solicitando la conformidad, etc.

Tened en cuenta que la legislación no nos obliga siempre a un formalismo escrito o determinado para un acuerdo, pero nadie dudará que en el caso de surgir un conflicto será mucho más fácil solucionarlo disponiendo de un documento que refleje todo lo que hemos pactado a tener que demostrar qué es lo que habíamos pactado o creíamos haber pactado.

#### 13.2 - ¿Qué tipo de contrato vamos a firmar?

Para el supuesto que hayáis decidido suscribir un contrato para vuestras actuaciones podemos encontrarnos con dos formas bien distintas de trabajar.

En principio si el DJ realiza el trabajo de un modo habitual para una sala concreta, es dependiente de las instrucciones de la dirección de esa sala, tiene un horario determinado, unos días laborables determinados y una remuneración/salario, bien sea por sesión o semanal establecido y fijo, el contrato entiendo que debe ser de tipo laboral, lo que implica además la correspondiente alta de Seguridad Social.

Por otro lado, cuando el DJ realiza una actuación o varias actuaciones para una sala o un promotor pero sin un sometimiento a las instrucciones o directrices de la dirección de la misma o de dicho promotor (en especial, en relación al contenido de la actuación), utilizando el DJ sus medios materiales propios para el desarrollo o promoción de su actuación o incluso asumiendo de modo compartido el DJ el riesgo y ventura de la actuación, (a modo de ejemplo: si el DJ asume los costes de producción, promoción de la actuación o si se establece una retribución no vinculada a tiempo de trabajo y ligada en su totalidad o en parte a la venta de entradas de la sala el día de la actuación), en este caso el contrato sería más propio de un arrendamiento de servicios que no el de una relación laboral. Ante dicho supuesto las características del acuerdo son distintas y la legislación que



vamos a aplicar también. De este modo, al suscribir un contrato de estas características, el DJ debe ostentar categoría de autónomo por lo que dispone de su pertinente alta en Seguridad Social que otorga cobertura para cualquier eventualidad que pudiera surgir en el desarrollo de su labor profesional. Además, en esta modalidad el DJ debe elaborar la correspondiente factura por el trabajo realizado en virtud del contrato. No obstante es cada vez más habitual que los DJs no suscriban el contrato directamente y lo hagan a través de representante o agencia de representación con quien habrán suscrito previamente el pertinente acuerdo de *booking* o *management*.

### 13.3 - ¿Cuándo debe efectuarse el pago de mis actuaciones? ¿Qué implica un pago inicial?

Nos planteamos esta cuestión en el supuesto de actuaciones aisladas a que hacíamos referencia en el apartado anterior.

La fecha y forma de pago no está sujeta a una norma concreta y puede ser acordada por las partes libremente: antes de la actuación, con una antelación mínima de X días-semanas, o meses, 50% con antelación y el resto tras la actuación...Lo cierto es que la forma en que pactéis también sirve o puede ser eficaz como elemento confirmador del acuerdo alcanzado para una actuación. Así, el hecho que una sala, un promotor o cualquier tercero que nos contrate y efectúe un pago inicial es una muestra clara no solamente de que tiene interés sino que se está comprometiendo con nosotros y que puede confirmar que acepta las condiciones que se han pactado como más adelante veremos.

### 13.4 - No he recibido el pago. ¿Debo acudir al lugar de actuación?

En el supuesto que pactéis con la sala o el promotor del evento que una parte del pago se realice por adelantado y con una antelación mínima en el tiempo, el hecho de no recibir dicho pago da lugar a la controvertida situación de si debemos acudir igualmente, es decir, si estamos obligados a cumplir nuestra parte del acuerdo (actuar como DJ).

Mi consejo es que en el propio contrato o en las condiciones que remitamos a quien quiere contratar la actuación se indique claramente que el pago inicial es lo que implicará la plena conformidad de las partes con el acuerdo y la eficacia del mismo. En otras palabras, que sea a partir de ese primer pago cuando nace para nosotros la obligación de acudir al evento. Ese primer pago debe incluir no solo la primera parte del caché sino también los gastos de desplazamiento y estancia, pues según el lugar de actuación, si dichos gastos son muy elevados e incluso superan el caché se generará para el DJ un coste que no debía asumir de inicio pero que ahora deberá costear al estar obligado a acudir.

### 13.5 - ¿Si no me pagan... puedo reclamar?

Podemos reclamar siempre que hayamos cumplido nuestra parte del acuerdo, es decir, que hayamos realizado la actuación o hayamos intentado

realizarla, acudiendo al lugar de actuación (no es la primera vez que un DJ llega a una sala o evento y la sala está cerrada o el evento, casualmente, se ha cancelado). En el primer supuesto hemos de demostrar que hemos realizado la actuación. ¿Cómo?: fotografías, *flyers*, información en páginas web, redes sociales, etc. En el segundo supuesto, demostrar que hemos estado allí. Caso real: en una ocasión recibimos una llamada de un artista con su *road manager* desde una sala en la que tenía contratada la actuación. La sala estaba abierta al público pero casi vacía y nadie sabía (o quería saber nada) de su actuación ni contratación; le aconsejamos pedir una consumición y solicitar el ticket de caja donde constasen los datos de la sociedad explotadora. En ese caso fue suficiente para demostrar su presencia en dicha sala y su voluntad de cumplir su parte del acuerdo.

En todas estas situaciones podremos reclamar, siendo suficiente la factura por nuestra actuación o el contrato suscrito y la documentación que acredite dicha actuación.

### 13.6 - ¿Qué necesito para trabajar a través de un manager o de un booker?

En cualquiera de estos dos escenarios os encontraréis ante un contrato en el que otorgáis a uno u otro vuestra representación artística. Sin embargo, las figuras de *manager* y *booker* tienen aspectos idénticos, similares y otros muy contrapuestos. La mayor diferencia es que una de las obligaciones principales del *manager* es llevar a cabo la labor de promoción y desarrollo de nuestra carrera artística y no únicamente agendar nuestras actuaciones o gestionar los acuerdos que tuviéramos previos al contrato o que hayamos logrado por nosotros mismos. Por ello, las condiciones suelen variar bastante no solo en los porcentajes que uno u otro perciben sino también (básicamente) en materia de territorios en que pueden actuar uno u otro, duración de los contratos u obligatoriedad de gestionar cualquier aspecto relacionado de modo directo o indirecto con la labor de DJ a través de ellos.

### 13.7 - ¿Es lícita la exclusividad en un contrato de management?

Como decíamos, el *manager* no solo va a actuar como representante sino que además es práctica habitual que se comprometa por contrato a promocionar, publicitar, lograr campañas de promoción de las producciones artísticas del DJ, conseguir actuaciones en determinados lugares, conseguir su presencia y participación en determinados eventos así como su posicionamiento en los canales de difusión habituales. En definitiva, potencia todos los aspectos de la carrera profesional del DJ. Por ello necesita una serie de garantías de que va a poder realizar su trabajo de un modo pacífico, y una de estas garantías es la exclusividad para no encontrarse en una situación por la cual, realizada una inversión de medios económicos, humanos y técnicos, los beneficios derivados repercutan en un tercer agente. De aquí la exclusividad en este tipo de contratos. Dicha exclusividad obliga también al DJ de modo personal, de tal manera que en aquellos supuestos en los que éste reciba directamente propuestas profesionales debe redirigirlas al *manager*.

Finalmente, los frutos de una labor de *management* no surgen de modo inmediato sino al cabo de un tiempo, muchas veces imprevisible, e incluso una vez finalizado el acuerdo; por ello, dentro de los contratos de *management* se contempla en ocasiones un periodo adicional, un periodo de carencia posterior a la finalización de dicho contrato. Durante dicho periodo adicional, este *manager* seguirá pudiendo participar de los beneficios generados. Todo ello no debe generar la creencia que únicamente surgen obligaciones para una de las partes. Tanto la duración del contrato, la exclusividad así como los periodos adicionales de participación en resultados deben ser proporcionales a la inversión de medios que va a efectuar el *manager*, al esfuerzo que va a realizar en vuestra carrera.

### 13.8 - ¿Cómo me obliga un contrato de management?

Los contratos tienen fuerza de ley para las partes, por tanto, cualquier obligación recogida en el mismo debe cumplirse. Otra cosa bien distinta es la interpretación de las cláusulas que nos obligan. Un consejo, huid de las cláusulas subjetivas o excesivamente genéricas que quieren abarcarlo todo. Las cláusulas genéricas tales como: “*El manager empleará todos los medios a su alcance*” o “*sus mejores conocimientos para el pleno desarrollo del artista*” pueden ser fuente de problemas a la hora de determinar quién ha hecho bien o mal su trabajo, porque... ¿cuáles son todos esos medios? ¿Cuáles son sus mejores conocimientos? ¿Qué es el pleno desarrollo de la carrera de un artista?: ¿Lo que el artista quería o hasta dónde puede llegar el *manager*?

Y de igual modo, para un DJ, no es lo más aconsejable aquellas cláusulas genéricas con relación a las obligaciones de los mismos del estilo “realizar todos los esfuerzos y emplear toda su experiencia y conocimientos artísticos por su parte para de modo conjunto con la labor del *manager* poder desarrollar la carrera profesional del mismo” ¿Cómo se mide esa técnica? ¿Cómo se miden esos conocimientos artísticos?

Es más simple enumerar las obligaciones, identificarlas de modo concreto y tener claro que para poder exigir al *manager* que cumpla su labor hemos de cumplir con la nuestra en cuanto a asistencia a las actuaciones, mantenerle informado de nuestra disponibilidad, redirigir cualquier propuesta, etc.

Evidentemente el *manager* está tan obligado o más que nosotros, siendo sus obligaciones más esenciales las relativas a promoción e inversiones en la carrera artística, gestión y coordinación de la agenda artística, suscripción de acuerdos, negociaciones realizadas en nombre del DJ e información regular sobre las mismas, llevanza de una contabilidad ordenada, reclamación de pagos, etc.

### 13.9 - ¿Pueden grabar mi actuación? ¿Pueden usar mi imagen en la web de la discoteca y en los flyers?

Respecto a la sesión musical en sí misma considero que no puede grabarse y difundirse salvo que dispongamos de la autorización de los titulares de los derechos de las grabaciones de obras musicales contenidas en la sesión.

Ahora entramos en el ámbito de los derechos de imagen. La evolución de la que hablábamos al inicio ha llevado a que la propia imagen del DJ sea también parte de esa esfera protegible como profesional. El contrato de actuación debe prever expresamente que puedan captar su imagen y después llevar a cabo la difusión de la misma para su utilización con finalidad de promoción (ya sea a través de la web, redes sociales, etc.). Lo habitual es que el representante del DJ revise previamente a su difusión los elementos de publicidad en que aparece la imagen de éste para comprobar que el uso de dicha imagen sea acorde con su perfil artístico.

Quiero plantearos un supuesto ante el que podemos encontrarnos con bastante facilidad: Puede ocurrir que contacten con un DJ o su representante para realizar una actuación, se inicie una fase de negociación y la sala o el promotor que desea contratarnos anuncie anticipadamente la actuación del DJ a través de los canales habituales (radio, prensa, web, *blogs*, redes sociales...). Finalmente se incumple la obligación de pago o, simplemente, no hay acuerdo por lo que el DJ no acude a la actuación pero la publicidad ya ha sido realizada y se mantiene la misma incluso hasta el día de la supuesta actuación, y en eso no podemos volver atrás. El DJ puede reclamar por el uso de su imagen y nombre artístico y valorar incluso si se ha causado un perjuicio como artista, dado que frente a su público se ha generado la expectativa de actuación cuando no es así, y ese público no conoce los motivos de cancelación, pudiendo pensar que la misma se debe al DJ, sobre todo si en esos canales de difusión no hay una nota informativa explicando claramente los motivos de la no actuación. En conclusión, es muy importante que en esa fase de negociación se clarifique que no puede iniciarse ninguna promoción de la actuación o evento hasta que esté suscrito el acuerdo definitivo.

### Y en el estudio...

Cambiamos totalmente de registro. El DJ en su versatilidad es también productor en muchas ocasiones y desde el estudio de grabación también le surgen dudas.

### 13.10 - Al entrar en estudio, ¿necesito un contrato?

Ante la pregunta del título la respuesta es... que es altamente recomendable. Si no un contrato al menos un preacuerdo en el que dejemos claro cómo vamos a participar en la labor de creación, de composición de la obra, de la interpretación, de la producción y en qué proporción va a repartirse la titularidad de dicha obra y su grabación.

Son muy habituales las colaboraciones en estudio entre DJs e intérpretes, DJ y productor, etc., lo que obliga a definir cómo y de qué modo participa cada uno en el resultado de esa colaboración, si se trata de una colaboración bajo el modelo *featuring*, uso del nombre artístico de ambos, creación de un nuevo nombre artístico que englobe a ambos, uso o no de la imagen, etc.

### 13.11 - ¿Es legal utilizar *samples* en mis producciones?

Es la pregunta que más solemos escuchar en una consulta, en una jornada, conferencia o clase y también donde más mitos existen. Así, nos encontra-

mos con “leyendas” sobre el uso de *samples* que aseguran que si usamos un *sampler* de un determinado número de compases o de un determinado número de segundos de duración es legal hacerlo sin necesidad de consentimiento. No es así y el uso de cualquier fragmento por pequeño que sea requiere autorización.

A efectos de este capítulo del libro, podemos definir el *sampling* o muestreo como la toma de muestras/fragmentos de grabaciones sonoras preexistentes para añadirlas en otras grabaciones nuevas. El *sampler* no tiene porqué ser instrumental, puede incluir un fragmento vocal, tal como lo conocemos en la grabación original. Para tratar de entender ante qué nos encontramos es obligado indicar brevemente que una canción como tal se compone de dos partes muy definidas: obra y producción artística. Una obra musical es compuesta por un compositor/autor. Esta obra es ejecutada por un intérprete (sea músico, vocalista,...). Dicha interpretación es grabada y producida en un estudio, y el resultado (la grabación sonora de la obra musical) da lugar a lo que conocemos como la producción artística. Pues bien, cuando sampleamos, cuando tomamos un fragmento, lo obtenemos de esa grabación sonora preexistente, no tomamos la obra musical en sí misma. Para que sea considerado *sampling* como lo conocemos debe tomar un fragmento de esa producción/grabación ya creada. Desde un punto de vista creativo es realmente interesante y enriquecedor, pero desde un punto de vista legal debemos tener en cuenta que ese *sampler*, esa muestra, corresponde a una grabación de la cual derivan derechos, por lo que para hacer uso de la misma debemos estar autorizados tanto por el autor de la obra contenida en la grabación (pues estamos fragmentando la misma y haciendo uso de un fragmento) como por los productores de la grabación. Si dichos derechos se encuentran cedidos a una editorial (los derechos de autor) y a una discográfica (los derechos sobre la producción) deberemos contactar con la misma a fin de solicitar la autorización. Cuando la solicitemos es conveniente remitir una propuesta (maqueta) de la grabación y de cuál es la idea final del *sampler*, dado que seguramente el fragmento sampleado no se incluya tal como se conoce sino que se hayan realizado loops, cambios de frecuencia, ajustes de sonido, en definitiva modificaciones sobre la grabación original.

Una vez elaborada la nueva producción, el momento de editarlo en disco o en el formato de explotación digital es necesario hacer constar en los créditos que la producción contiene *samples* de una tercera grabación, indicando los autores e intérprete, así como los datos de la editorial discográfica, etc. que ha efectuado la cesión o licencia. Del mismo modo, si utilizamos los *samples* extraídos de una página web o de un banco de sonidos debemos asegurarnos que el uso está autorizado, así como su utilización para una posterior explotación de la grabación resultante utilizando dicho *sampler*.

### 13.12 - ¿Puedo proteger mi nombre como DJ?

En el entorno de que se desarrolla la labor del DJ, son susceptibles de ser protegidos los nombres artísticos como DJ, sellos discográficos, títulos de los discos (en especial si dan origen a una serie o colección de recopilatorios), nombres de eventos y festivales, etc.

Lo recomendable y habitual para su protección es registrarlo como marca. La marca es un signo gráfico que permite distinguir en el mercado productos y servicios. Una marca puede ser una palabra, conjunto de palabras, imágenes, dibujos, números, etc. o combinaciones de todos o algunos de estos elementos.

A efectos de este capítulo cualquier DJ tiene derecho a registrar su nombre artístico, el nombre bajo el cual desarrolla su labor profesional, así como a registrar el nombre de su sello discográfico, evento propio, etc., siempre acorde con las limitaciones que se establecen en la legislación vigente en materia de marcas.

Ese registro os permitirá exclusivizar su uso y proteger vuestros signos distintivos frente al uso indebido por parte de terceros.

Antes de proceder a efectuar una solicitud es recomendable efectuar una investigación previa de marcas. Esta investigación, en líneas generales, consiste en localizar en las base de datos correspondientes aquellas marcas ya registradas que puedan tener similitudes o identidades con la que nosotros pretendemos registrar. El resultado de dicha investigación o consulta previa nos permitirá valorar con más aproximación las posibilidades de éxito de nuestra solicitud.

Lo siguiente que debemos saber es para qué tipo de productos o servicios necesitamos la marca. En otras palabras, qué es lo que vamos a querer identificar con ese distintivo. Ello es necesario por lo siguiente: existe una clasificación internacional para los diversos productos o servicios que se quieren identificar bajo marcas compuesta por 45 clases distintas. Las clases 1 a 34 hacen referencia a productos y las clases 35 a 45 a servicios.

### 13.13 - ¿Qué clases nos interesan?

En el entorno del DJ, las clases más solicitadas son las clases 9 y 41 por cuanto la clase 9 es aquella en la que se registran las marcas destinadas a identificar, entre otros, los “soportes de registro magnéticos, discos acústicos” (por lo que es la clase esencial si hablamos de productos discográficos).

Por otro lado, la clase 41 es aquella en la que se registran las marcas para servicios de “esparcimiento y actividades culturales”, por lo que todo aquello relacionado con actuaciones o eventos es recomendable que sea registrado en dicha clase.

Finalmente, la marca puede ser registrada en clase 25 (aquella que incluye “prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería”) en aquellas ocasiones que la finalidad sea la realización y distribución de prendas de *merchandising*.

Espero que esta líneas hayan servido para aclarar algunos conceptos y que si alguna vez os encontráis ante alguna de las cuestiones expuestas en vuestras actuaciones podáis salir victoriosos y cantar esta “versión adaptada” de aquello que cantaba el grupo Indeep: “Last night a lawyer saved my life”.