



UNIVERSIDAD DE CHILE

UNIVERSIDAD DE CHILE  
INSTITUTO DE LA COMUNICACIÓN E IMAGEN  
ESCUELA DE PERIODISMO

**ESTADO DE LA MÚSICA POPULAR EN CHILE: DE LA CRISIS DEL DISCO  
AL FUTURO DE LA INDUSTRIA NACIONAL**

FELIPE IGNACIO GÁLVEZ RAVANAL

PROFESOR GUÍA:

JOSÉ MIGUEL LABRÍN ELGUETA

**MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE PERIODISTA**

**SANTIAGO DE CHILE**

**JUNIO 2015**

## **INDICE**

INTRODUCCIÓN.....	4
CAPITULO I .....	7
LA CRISIS DEL DISCO Y LA INDUSTRIA MUSICAL EN LOS NOVENTAS BAJO UNA PERSPECTIVA ACTUAL.....	7
Hitos de la caída.....	8
Lo independiente en los 90's .....	11
a) El caso norteamericano de Sub Pop .....	12
b) “Rough Trade” la respuesta británica sobre la independencia musical .....	13
La llegada de las multinacionales: Cómo trabajaron los sellos internacionales en Chile .....	15
Qué hicieron los grandes sellos en Chile .....	18
Creación de un la prensa especializada en Chile .....	20
Independencia hasta ser multinacionales .....	23
Sonido made in Chile .....	25
CAPITULO II .....	28
LA CONSTRUCCIÓN DE UNA INDUSTRIA DIGITAL .....	28
Myspace y la evolución de lo digital hacía las redes sociales .....	31
Romper las barreras entre las bandas y sus seguidores .....	33
Chile reacciona a lo digital .....	35
Digitales desde el comienzo.....	37
CAPITULO III .....	39
CONSTRUYENDO UNA NUEVA INDUSTRIA NACIONAL .....	39
Escena que empieza a ser reconocida en el extranjero.....	43
Gepe: el primer “indie” en Viña .....	43
Ana Tijoux: La chilena que conquistó el mercado norteamericano .....	44
Dënver: músicos, gestores y productores.....	45
Javiera Mena y la ventaja de las redes sociales .....	46
El vinilo y el streaming conviven en escena.....	48
Streaming: el golpe más efectivo a la piratería .....	49
Publishers y música en vivo: el derecho del pago por reproducción .....	51

¿Cómo funciona el publisling? .....	52
CAPITULO IV .....	53
Generación de identidad y discurso .....	53
¿Cuál es la lucha de las nuevas generaciones de músicos? .....	56
Lucha que cambia de enemigo .....	57
El cambio de enfoque en la música popular a partir de lo digital .....	60
CAPITULO V .....	64
PROYECCIONES DE LA INDUSTRIA.....	64
Proyecciones del formato .....	65
¿Cuál será el rol de los sellos discográficos?.....	68
Las discográficas cada vez más grandes .....	70
El rol de las marcas y de las grandes compañías .....	72
BIBLIOGRAFÍA.....	75
ARTÍCULOS DE DIARIOS Y MEDIOS ELECTRÓNICOS .....	76
ENTREVISTAS.....	78

## INTRODUCCIÓN

Feria Mix ilustra de manera perfecta lo que pasó con la industria musical desde la década de los 50's hasta la primera parte del siglo XXI en Chile. Su auge y caída siempre fueron de la mano de las idas y vueltas de una industria poderosa, pero caprichosa e impredecible.

Feria del Disco fue la primera tienda en Chile en ofrecer música con un formato de autoservicio en las cuales los usuarios vitrineaban a través de cajas y anaqueles; en los setentas fueron quienes introdujeron los casetes y los pioneros en distribuir CDs. El 2014 y tras 59 años de funcionamiento, la tienda de discos más grande del país dejó de existir.

El 2006 Feria del Disco decidió hacer un cambio y comenzó a vender videojuegos, libros, cine y música. Para el 2009 el cambio era completo y la tienda pasó a llamarse Feria Mix e incorporar un sello discográfico y una ticketera. Para entonces la venta de música envasada solo representaba un 20% del total de productos de la compañía.

El cambio de giro y de modelo de negocios era una apuesta para los ejecutivos de la compañía, quienes veían como mes a mes se desmoronaba el proyecto. Para el primer año luego del cambio, ya habían perdido 15 puntos de

margen de ganancias netas. Para el 2009 la marca registró los peores resultados en ocho años: caída del margen, menores ventas, alzas en gastos, inversión en un sistema informático con problemas y una baja en la participación de los sellos multinacionales.

Cada ítem de la caída del gigante del disco era un espejo de lo que pasó con las grandes distribuidoras internacionales, como HVM en Inglaterra o Musimundo en Argentina, quienes vieron como las descargas digitales fueron mermando el negocio de la venta de música.

Para los vendedores de disqueras pequeñas, como Sonar, esto quedó graficado el 2014 por la revista *Qué Pasa* de la siguiente manera: “Era un monstruo enorme que siempre quiso aplastar a las tiendas más chicas. Acaparaba todo el stock. Si la EMI traía a Chile doscientas copias de una reedición de The Beatles, las tomaba todas, pero después no sabía qué hacer con ellas ni cómo ni a quién venderlas. Y lo mismo hacía con cualquier novedad, con lo que llegara. Así se fue llenando de cachos, de música que no compraba nadie”.

Este modelo de Feria Mix llevó a que las pequeñas tiendas de discos buscaran una forma distinta de competir, de la misma manera en que la

industria nacional ha debido buscar soluciones: en base a la creatividad y el uso de las herramientas actuales.

Las pequeñas disquera debían hacer sus gastos e inversiones según sus ganancias, sus vendedores eran pocos, pero conocían el negocio y debían saber de música, su stock era limitado y se componía de rarezas para coleccionistas y entendidos, usar las plataformas digitales como un medio fundamental en la difusión de su catálogo. Este a,b,c de modelo es el que ha llevado a la industria local a mantenerse y proyectarse en los últimos cinco años.

Si bien, Feria Mix dejó en Chile un vacío, este se fue llenando de oportunidades para el nuevo mercado de la música. Con la salida de la firma, las miradas se han comenzado a fijar en pequeñas tiendas y sellos que tienen su propio sistema y procesos de producción. Esto ha permitido diversificar las apuestas y formas de creación y distribución.

## **CAPITULO I**

### **LA CRISIS DEL DISCO Y LA INDUSTRIA MUSICAL EN LOS NOVENTAS BAJO UNA PERSPECTIVA ACTUAL**

¿Hay un momento clave en el cual podamos situarnos y declarar el hito que establezca la quiebra de la industria del disco? 1997 parece ser el año donde apuntar, ya que las ventas se detuvieron y no pararon de disminuir. La excepción mundial fue el caso de Francia, que el año 2001 registraron un aumento de un 5% según cifras del *Marché International du Disque et de l'Edition Musicale* "MIDEM".

En 1998 ya la crisis ya estaba declarada. En España se perdieron un 35% de los empleos en el rubro de las discográficas según la Sociedad General de Autores y Editores. En la misma fecha en Estados Unidos un 27% de los ciudadanos usaba internet para descargar música de manera gratuita, mientras que en Europa un 13% de la población hacía lo mismo.

En Chile, el 2010 se registraron las ventas más bajas de discos y en un intento desesperado por salvar la industria, la IFPI (Federación Internacional de la Industria Discográfica) acordó cambiar los registros que se establecieron en 2006 y fijó para ese año bajar de 7.500 unidades a cinco mil el premio equivalente a disco de oro, y de 15 mil a 10 mil para el disco de platino.

En la primera década del milenio la venta de discos bajó en un 55% el consumo de producciones musicales y en 2009 se comercializaron 2.353.558 discos menos que en 2000. Además, en el 2009 se vendió un total de 1.934.946 álbumes físicos, el peor registro del decenio según la IFPI.

Desde el lanzamiento del primer disco físico hasta la creación del Mp3 y su difusión vía Audiogalaxy en 1998 pasaron 24 años. En ese tiempo, el disco se consolidó como formato y masificó una industria que poco a poco quedó obsoleta en visión y proyección. Terminando su reinado a principios del siglo XXI.

Para fines de la década de los noventa las discográficas multinacionales y su sistema de producción tenían dominado el 80% del mercado, pero ¿cómo este formato logró ganar tanto terreno y perderlo todo?

### **Hitos de la caída**

Todos los dardos apuntan a internet como el primer y principal responsable de la caída del imperio del disco, pero las complejidades de este factor van mucho allá de la plataforma de descarga Napster.



Entre las claves de la quiebra nos centramos en el modelo de negocios. Las discográficas tardaron años en incorporar las nuevas tecnologías, mantuvieron un modelo tradicional que se desmoronaba mientras miles de discos eran descargados de forma gratuita sin pagar un peso.

Ejemplo de lo anterior es que, mientras las descargas vía web aumentaban, la industria se esforzaba en combatir esto poniendo códigos espías en los discos para que no pudieran ser copiados ni compartidos.

Rodrigo de la Fuente, gerente general de Feria Mix, indicó al portal Terra que fueron ellos mismos los que tuvieron que solicitar la quiebra, ya que se hacía imposible mantener el negocio con los costos mensuales que esto implicaba.

De manera paulatina los pequeños y grandes productores han sabido reinventarse para sacar provecho a la situación. El primer salvavidas de la industria fue Itunes. Creado el 2003 por Apple, su principal función es organizar y sincronizar los dispositivos de la compañía además de poder adquirir música de pago. En su primer año la compañía vendió (a 99 centavos de dólar cada canción) 19,2 millones de canciones sólo en Estados Unidos, cuando antes se vendían 12,1 millones de “singles” según el portal Emol. Lo digital, que antes

era considerado el gran causante de la crisis de la industria de a poco se comenzaba a transformar en el salvador.

La importancia de Itunes es que con ellos comenzó el surgimiento masivo del mercado legal de la descarga de música. Antes de eso, el 2001 los sellos BMG, EMI y Warner en colaboración con la empresa Real Networks desarrollaron el programa "MusicNet", el mismo año, Sony y Universal junto a Microsoft formaron "Pressplay". El objetivo de ambas plataformas era la comercialización de discos y canciones a través de la web.

Otro factor en la quiebra del antiguo sistema radica en los niveles de inversiones realizadas por conceptos de publicidad. La IFPI explica la alta inversión en la parte de la producción de la siguiente forma: "La parte de marketing y costos de promoción por lo general son el mayor gasto de una compañía discográfica. La inversión es fuerte porque se busca el público más amplio posible, lo que les permite desarrollar una amplia base de fans y la apertura de la oportunidad para un artista para asegurar los ingresos procedentes de una amplia gama de fuentes".

Los proyectos de las compañías multinacionales fallaron por distintas razones. En un primer lugar, la prioridad no estaba puesta en un comienzo en el soporte digital y los esfuerzos seguían depositados en la venta de discos.

Además, siempre fueron reticentes a la hora de liberar los derechos para la venta vía web.

### **Lo independiente en los 90's**

Nirvana cerró de golpe la oscura escena ochentera dominada por sintetizadores. Con su primer disco (Bleach, 1989) la banda de Seattle conquistó al mundo de la mano de sus guitarras y de SubPop, una disquera de apenas cinco años que contaba en sus filas con Soundgarden y Mudhoney, bandas que se transformarían en el sello de la generación *grunge*, junto a Pearl Jam.

Se debe considerar este hito como la formación de este fenómeno y también como un ejemplo de que las discográficas independientes comenzaban a transformarse en protagonistas de una escena hambrienta de renovación a nivel mundial.

### **a) El caso norteamericano de Sub Pop**

Corría junio del 1986 en Seattle, Bruce Pavitt y Jonathan Poneman eran dos fanáticos de la música indie. El primero era Dj en una radio y se mostraba bastante interesado en conocer y descubrir bandas nuevas, por lo que creó una revista llamada “Subterranean Pop”, medio que daba espacio para poder repartir, en cada edición, un casete con nuevas bandas y demos. En su mayoría, el arte de este material era realizado por los mismos músicos o por amigos.

El primer salto de Sub Pop se dio cuando Bruce Pavitt decide lanzar un E.P recopilatorio con 14 bandas, lo llamó “Sub Pop 100”. De a poco, lo que nacía como una revista se fue transformando en uno de los sellos más importantes de la movida alternativa. Finalmente, el salto que catapultó al sello de Seattle fue la segunda edición de este compilado: “Sub Pop 200” el cual contó con unas bandas prometedoras: Nirvana, Soundgarden y Mudhoney. El resto es historia.

Pero, ¿qué parte del modelo de Sub Pop fue el que lo catapultó a la cima del éxito del movimiento independiente?

Con motivo de la celebración de los 25 años de Sub Pop, la revista inglesa New Musical Express (NME) decidió hacer un especial con entrevistas a los productores y creadores de la discográfica. En esta edición Toni Kiewel, cazatalentos del sello, contaba que la mayoría de los discos los grababan sólo con “unos pocos cientos de dólares” y a la larga esto les significó ventas millonarias.

El modelo quedaba claro: hacer grandes discos con poco dinero y optimizando al máximo posible los recursos del sello.

#### **b) “Rough Trade” la respuesta británica sobre la independencia musical**

Si se hiciera una lista de los sellos independientes que nacen, fichan bandas y mueren, podría haber una interminable. El caso de Rough Trade sale de la norma y se sigue alzando como una de las discográficas alternativas más importantes a nivel mundial.

En 1978 nace la inquietud de George Travis de comenzar con una tienda de discos al oeste de Londres. Zona que destacaba por su marcada expresión cultural en la cual comenzaba a nacer la escena punk y se mezclaba con la influencia jamaicana del reggae y el dancehall. La disquería de Travis ya

tenía el nombre de “Rough Trade” y de a poco comenzó con la inquietud de difundir proyectos, el primero fue “Metal Urbaine”.

Este fichaje sirvió para que el sello comenzara a tomar un espacio en la escena londinense y una vez empezada la década de los ochenta ya tenían un nombre establecido, el cual vio su consolidación en el momento en que el sello puso sus ojos en “The Smiths”.

RoughTrade editó todos los sencillos y LPs de la banda de Manchester liderada por Morrissey. En los noventas su éxito aumentó con el fichaje de la banda “James”, pero esto no fue suficiente, ya que a finales del milenio George Travis se vio obligado a vender los derechos por deudas impagas. Sin embargo, esto no fue el fin de la compañía ya que en el año 2001, Travis volvió a la carga recomprando los derechos del nombre del sello.

La vuelta fue un acierto gracias a la edición en Inglaterra de una nueva banda norteamericana: The Strokes.

## **La llegada de las multinacionales: cómo trabajaron los sellos internacionales en Chile**

En Chile las primeras difusiones internacionales importantes datan de la década del 40, en la cual, artistas como Antonio Prieto, Lucho Gatica o Sonia y Miriam lograron producir canciones chilenas con alto alcance internacional y altas ventas. Esto generalmente significaba que los artistas se fueran a vivir a otro país.

Esto se mantuvo en los 50 con artistas como La Huambaly o Ritmo, quienes constantemente estaban en gira por América y Europa. Esto hasta que, por la guerra fría, existiera el bloqueo a sonido afrocaribeños y tropicales, censura que se empezó a romper gracias al Bossa Nova.

Durante estas tres décadas, Chile contó con tres sellos con fábricas de discos y estudios de grabación: Phillips, Emi Odeón y RCA. Durante ese periodo el mercado se mantenía en un perfecto equilibrio entre producción y consumo.

Todo en orden hasta que en la crisis de 1982 la industria quebró y Chile dejó de producir discos y se estableció, con fuerza durante toda la década, la industria del casete.

Durante todo ese tiempo, las multinacionales en el país fueron trabajando en el mismo modelo internacional que las hizo establecer el sistema que perduró hasta el quiebre del disco.

En los noventas para que una banda se llegara a juntar con los ejecutivos de un sello todo comenzaba con la generación de canciones propias, actuaciones en bares, festivales de colegios y otros, luego de esto la idea era encontrar la opción de grabar un demo y mostrarlo en locales para poder tocar, si la banda generaba ruido alguien del sello podía tomar la decisión de ir a verlos, si al sello le gustaba el proyecto tomaría la decisión de pagarles la grabación de algunos demos más. Generalmente esos demos se grabaron en estudios pequeños, entre diez y quince temas en pocas tomas. En esa instancia el sello tomaría la decisión de firmar o no firmar a la banda.

La realidad de la música a nivel internacional durante los noventas se contrapone a la gran ventaja de estos días: las multiplataforma para hacer que un proyecto sea escuchado. Como lo define el músico y productor Cristián Heyne (Javiera Mena, Gepe, Dënver) la ventaja del momento actual radica en que: “Claramente el acceso a mejores *software* no denota una mejora en la calidad musical, pero sí asegura que haya menos posibilidades de que un buen proyecto no llegue a ser escuchado por la gente”.

En los noventas la radio continuaba siendo, sin duda, el canal más importante para la difusión de música nacional, considerando que la cadena



MTV siempre se centró en los productos de los sellos multinacionales y con una preferencia en bandas argentinas y mexicanas.

En los noventa un sueldo promedio permitía comprar dos discos al mes. Este dato no es menor, ya que para las multinacionales nunca fue rentable trabajar con bandas nacionales salvo Los Tres, Los Prisioneros o La Ley. En Chile nunca se vendieron los discos que esperaban. El cálculo de los sellos era que para que una banda generara ganancias debía vender entre treinta y cuarenta mil copias, cifras solo alcanzadas por las bandas recién mencionadas a lo largo de tres discos.

Generalmente los contratos para las bandas eran trianuales o por tres discos, porque ese era el período mínimo en que se podía recuperar la inversión en la escena chilena.

En general las bandas no estipulaban un sueldo en sus contratos, sino anticipos y porcentajes de ventas.

Carlos Fonseca, manager histórico de Los Prisioneros hacía el cálculo para la revista Rock and Pop en 1995 que si una banda alcanzaba Disco de Oro (15 mil copias vendidas) podía vivir de la música, pero más que por la plata que recibe del sello, se ganaba por presentaciones en vivo, televisión y promoción.

## **Qué hicieron los grandes sellos en Chile**

Fue a mediados de los noventa, los sellos multinacionales comenzaron a apostar con mayor fuerza en el mercado chileno y empezaron a reclutar a numerosos artistas locales.

La periodista especialista en música, Paula Molina lo graficó de esta manera para losnoventa.cl: “En esta época se produce una sobreabundancia de recursos en las compañías discográficas, que tiene que ver con una cuestión estructural súper grande. En ese tiempo hay cinco o seis grandes compañías que manejan grandes cantidades de dinero. Eso era a nivel mundial y también pasó en Chile. Ellos tenían el control total del artista y los artistas que no estaban bajo un sello no existían o nunca habían existido. Los sellos tenían la distribución, tenían el control de los artistas, tenían el control de lo que se escuchaba, tenían el control de los espectáculos”.

Paula Molina ilustra una situación de inversión que por primera vez se vivía en Chile, los sellos apostando grandes cantidades de dinero por artistas locales. Pero, los mismos músicos sabían que esto no duraría por mucho tiempo.

Toda esa industria gigante que apostó por Chile tenía la intención de generar un movimiento musical de alto nivel en el país.

Por ejemplo, la idea era que los grupos que Carlos Fonseca (Veedor de la EMI y manager histórico de Los Prisioneros) firmaba por lo menos grabaran tres discos. La EMI inglesa le dio un presupuesto cercano al millón de dólares e implantó un plan para que a mediano plazo, de alguna manera, creara el mercado musical chileno para la música pop rock, afirmó el músico que participó en EMI, Iván Molina.

Esa apuesta de los grandes sellos quedó distribuida de la siguiente manera:

Luego de un destacado primer disco con el sello Alerce, Sony Music decidió contratar a Los Tres, quienes se preparaban para lanzar su segundo disco "Se remata el siglo". Corría 1993 y lo que parecía un hecho aislado se fue transformando en una tendencia en la industria nacional.

En 1995 la industria se seguía desarrollando con fuerza. Los locales Lucybell de la mano de EMI music vendieron 15 mil copias de su primer disco "Peces" transformándose en disco de oro. Un año antes, la banda liderada por Claudio Valenzuela había firmado un contrato que indicaba que EMI pasaría a ser la dueña de las grabaciones del conjunto.

Para 1995 eran once las bandas y solistas que había firmado por las multinacionales de EMI y BMG. Entre ellas se encontraban: Los Tetas y Tiro de Gracia.

Entre 1994 y 1997 Sony/BMG, Universal, EMI, Warner tenían en su catálogo a la mayoría de artistas nacionales, sin embargo desde 1997 las multinacionales se alejaron de los países pequeños para concentrarse en los grandes mercados.

Actualmente de las tres grandes multinacionales, Sony Music y Warner tienen en sus catálogos a artistas chilenos

### **Creación de un la prensa especializada en Chile**

Los ochentas y todo el oscurantismo ligado a la dictadura parecía haberse acabado con la llegada de la democracia, pero la verdad es que para 1990 no existían en Chile, medios especializados que hablaran de música.

Constantemente los músicos extranjeros se quejaban de la poca capacidad de la prensa nacional de formular preguntas que salieran del clásico “¿qué proyectos tienen a futuro?” o “¿qué es lo que intentan decir con ese *look?*”.

A Soda Stereo le sucedía cada vez que pisaban suelo nacional según su manager, Oscar Saavedra. Y es que en los canales de televisión los mismos encargados de espectáculos eran los encargados de hacer las entrevistas y los comentarios de música.

Según Oscar Saavedra en el reportaje “Los noventa”: “Era patético, veníamos en la época de Pinochet, no había un desarrollo periodístico muy

saludable que digamos y el mismo periodista que hacía farándula y que hacía el culo de la Mariposa Nieto, hacía, no sé, la llegada de Julio Iglesias y cubría la llegada de Soda Stereo. Entonces, no entendía los códigos del rock”.

En 1994 nace la revista *Rock and Pop*, que buscaba renovar y forjar un periodismo de acorde a la nueva explosión musical que vivía el país. Pero para muchos periodistas especializados la revista estaba lejos de eso.

Para Marisol García (La *Época*, El Mercurio, *Música Popular*) “Yo encontraba la revista periodísticamente fallida porque tenía errores básicos. Como textos muy largos, por ejemplo, que es una cuestión que cualquier periodista sabe. Había mucho relleno y cierta pretensión de la crónica a la manera Rolling Stone que en Chile no había mucha escuela.

Esa falta de escuela fue lo que llevó a un grupo de periodistas a formar su propio camino a través de medios como “Extravaganza!” los cuales de manera independiente comenzaban a formar un estilo propio, lo que en conjunto con la revista “Zona” de El Mercurio y “Subte” de La Tercera comenzaron a formar parte de la escena que la música local necesitaba en ese entonces.

Los medios de comunicación también se sumaron a la ola de inversión de las compañías extranjeras, quienes no duraron en invertir para que las bandas comenzaran a ganar páginas y minutos.

Jorge Osses, periodista de la extinta revista Rock and Pop, lo comentó de esta manera a losnoventa.cl: “La gran traba en toda esta “cadena alimenticia” del rock, es la injerencia de los sellos en las radios. El rock and roll tiene su génesis en la radio, y todos los movimientos tienen que ver con la radio. Entonces, es claro que los sellos siempre han influido en las pautas radiales; porque cuando a un programador le llega un disco de la EMI o de Sony, o cualquier sello grande, no tiene prejuicios de ponerlo porque sabe que representan cierta estabilidad. Entonces, los programadores radiales optan por tocar artistas de sellos transnacionales, que le ofrecen bandas con contratos, le llegan sus botellitas de whisky, lo invitan a algunas fiestas o le pagan viajes a recitales al extranjero. Los estímulos de ellos a las radios fue una de las grandes trabas al rock durante los 90.”

Para Pablo Márquez, director de la edición chilena de la extinta revista Rolling Stone: “Los medios también se subieron al carro. Si de un día para otro tienes diez bandas contratadas por un sello grande, haciendo shows, con grandes lanzamientos. Los medios se unieron a este efecto y tampoco hubo una discriminación muy fina de parte nuestra, porque los mismos centímetros que le dábamos a Lucybell, se lo dábamos a Terciopelo; con cero ojo periodístico de muchos de nosotros”.

## **Independencia hasta ser multinacionales**

Si alguien podía hablar de independencia en Chile a principio de los noventa era “Parkinson”, banda que en 1991 lanza su primer casete a puro pulso. Grabado en la casa de Carlos Cabeza (líder de los Electrodomésticos) el primer LP de la banda fue autofinanciado. Nadie de la industria ayudó a “Parkinson”, y por eso sus músicos se las arreglaban solos. Para grabar otro disco acudieron donde amigos pintores, consiguieron valiosas obras como donación y las remataron hasta reunir un millón de pesos con los cuales financiar un buen estudio de Santiago. Así llegaron a Sonus, entonces administrado por el ingeniero de sonido Hernán Rojas. El grupo comenzó de inmediato a grabar, sin tener claro cómo iban a publicar el material. Pero Rojas escuchó el primer single: "El vino" y las puertas comenzaron a abrirse con un contrato discográfico.

“Quedó con la boca abierta, y llamó al tiro a la EMI” recuerda hoy Miguel Hiza, vocalista de Parkinson. “Llegó (el ejecutivo) Max Quiroz al estudio y nos dijo: "Me fascina, les compro el disco entero". Estábamos firmando contrato casi al día siguiente, convertidos desde el principio en artistas prioritarios. Nos dieron cuatro millones de pesos, y partimos corriendo a comprar instrumentos”.

Así como “Parkinson”, otras bandas tuvieron que tomar el camino de la autogestión o simplemente lo eligieron como es el caso de “Fiskales Ad-Hok”, una de las pocas bandas chilenas que desde los márgenes de la industria ha

tendido constancia en el trabajo independiente forjado durante la dictadura y en resistencia a tres décadas de cambios. El gobierno militar se acabó, pero los Fiskales siempre siguieron vigentes y encontraron nuevos blancos de protesta, manteniendo siempre la impronta independiente que los caracterizó desde sus inicios.

En casi 30 años de carrera los Fiskales se alzan como la mayor influencia de la música independiente en el país, lo que los ha llevado a formar su propio sello y a organizar girar por Europa sin más ayuda que la de sus propios fans.

Otra banda que mantendría la bandera de la independencia hasta estos días es Pánico, quienes en 1994 crearon el sello “Combo Discos”, en el cual lanzaron tres discos hasta el 2000. Además publicaron en 1999 los discos de las bandas “Tobías Alcayota” y “Mambotaxi”. Si bien la relevancia en cuanto a ventas o a masividad de “Combo Discos” es relativa, la importancia de este sello radica en ser uno de los pocos movimientos nacionales de los noventas con perspectivas independientes de difusión.

El 2006, Eduardo Henríquez (vocalista de Pánico) reforzó esta idea en el medio digital “súper 45” agregando que: “en 1994, nos sorprendió mucho que en Chile no se conocieran grupos argentinos. Se conocía la música de los 80s, pero nadie conocía grupos argentinos. Y entonces conocimos a la banda “El Otro Yo”, con quienes en ese tiempo tuvimos una afinidad humana y artística e



hicimos conciertos, y, aunque no podíamos sacar sus discos, sí los distribuimos, íbamos a circuitos muy underground e íbamos directamente a las tiendas y llevábamos los discos. Eso lo hicimos con El Otro Yo, con Suárez, Victoria Abril, Holden. Nunca pudimos ganar dinero con eso; al contrario, sólo lo hacíamos como un gesto de difusión”.

### **Sonido made in Chile**

¿Alguien podría decir que hay un sonido que haya caracterizado a las bandas chilenas de los noventa? Seguramente por género, podríamos encontrar un grupo de bandas que fueron agrupadas por la prensa por sonar o ser similares. El caso más emblemático se ubica en Concepción, el llamado Manchester chileno.

Los Tres, Santos Dumont, Los Bunkers, Emociones Clandestinas y De Saloon nacieron y realizaron sus primeros shows en Concepción, la prensa no tardó en encasillar a las bandas y para un país que recién se encontraba desarrollando una escena, quedó marcado como que las bandas de Concepción sonaban todas muy parecidas a medidas que se fueron sucediendo.

De seguro el problema no era de la prensa, para Oscar Saavedra, director artístico de BMG desde 1992 al 2002: “Chile, el único país latinoamericano que tenía en ese momento carrera universitaria de sonido, pero

lo mismo que pasa con el periodismo: se dogmatizaban. Te decían: “el micrófono del bombo de la batería tiene que estar a 20 centímetros de distancia” y un ingeniero de los Beatles te dice “¿por qué? Quiero meter el micrófono adentro del bombo y suena distinto”. ¿Te das cuenta? Esa experimentación sonora, esa osadía, no estaba en Chile. Eran tipos que grababan bien, pero trabajaban a reglamento, eran tipos grises. Entonces, yo encontraba el sonido todo igualito, sonaba la misma batería de Upa! que la de Alberto Plaza”.

Con esto empieza a surgir otro problema, Chile empezaba a crecer en espacios, bandas, prensa, pero no en sonido. Esto en gran parte porque la escena era pequeña y los productores y estudios se repetían en cada proceso, por lo tanto no era raro que muchos discos de produjeran y se pensarán en los mismos nombres.

La excepción a esta regla eran las bandas que se iban a grabar al extranjero, como es el caso de “Javiera y Los imposibles” o “Solar”, proyectos que realizaron procesos creativos en Londres.

Marcelo Filippi que participó en esas grabaciones en Londres junto a Javiera Parra lo explicó de la siguiente manera para el reportaje web “Los noventa”: “Ir a Inglaterra fue una increíble experiencia. Además, se trataba del primer disco que hacíamos en estudio con esa formación de Los Imposible. Ensayar en salas profesionales en Londres, conocer gente ligada a la música y

tener a tu entera disposición un estudio de grabación en la campiña inglesa es una experiencia un poco difícil de describir, pero maravillosa. Estuvimos un mes, del cual estuvimos una semana en Londres ensayando y tres en Oxford grabando. Después, el disco se masterizó en Abbey Road”.

Claro que no para todas las bandas fue igual y el sonido hecho en Chile se replicaba entre géneros, algo que fue cambiando durante el tiempo. Para el productor Cristián Heyne hubo una evolución natural en el sonido forjado en el país: “Chile es un país mucho más conectado de lo que era en esa época, técnicamente hay casi lo mismo que en cualquier otro lado del mundo, los noventas eran un poco deprimentes en ese aspecto. Hoy, a diferencia de hace 20 años, es mucho más difícil frustrarse por razones técnicas”.

Los estudios en Chile han crecido y se encuentran a la par con países como Brasil, muestra de ellos es la reapertura de Estudios del Sur, un lugar que se abrió en los noventa, pero que se mantenía exclusivamente por grabaciones para comerciales. Hoy ha reabierto como un espacio dedicado completamente a la música, símbolo inequívoco de la salud actual de la industria local.

Es así como con el paso de los años la escena se ha profesionalizado en cada una de sus aristas. Músicos, espacios y prensas han ido creciendo para formar el actual escenario de la música popular una chilena, un movimiento que crece con fuerza, con un sonido propio que cada vez pide más espacio.

## CAPITULO II

### LA CONSTRUCCIÓN DE UNA INDUSTRIA DIGITAL

La escena nacional ha tenido que saber reacomodarse desde la llegada de lo digital. Músicos, productores, sellos y público han sido testigos privilegiados de cómo en poco más de diez años uno de los negocios más prolíficos a nivel mundial tuvo que cambiar las reglas del juego.

No solo las discográficas fueron las que reaccionaron de manera negativa ante Napster, el primer artista en responder fue Lars Ulrich, baterista de Metallica. La historia, según la revista Rolling Stone, cuenta que el músico de la banda norteamericana descargó Napster y encontró más de lo buscaba sobre la banda, ya que algunos fans habían colgado en la plataforma el último sencillo de la banda para la película “Misión Imposible 2”, el que incluso todavía no terminaba su proceso de edición.

Más de un grito en el cielo lanzó Ulrich, ya que esto último fue motivo suficiente para empezar la demanda contra Napster. El 11 de julio del 2000 el baterista de Metallica testificaba en contra de la plataforma de descargas ya que como explicó el músico, el demo de la canción “I Disappear” estaba sonando en radio antes de su lanzamiento oficial.

La banda de rock exigió USD \$10.000 a Napster por daños debido a que todo su catálogo se encontraba disponible para ser descargado. Lo que hizo la compañía fue bloquear a 300.000 usuarios y se prohibió subir la música de Metallica a la plataforma.

Pero Metallica no fue la única banda, a la demanda se sumaron: Dr.Dre, Alanis Morissette, Sarah Mc Lachlan, Eminem, Black Crowes, Tracy Chapman, Bonnie Raitt, Ziggy Marley, Los Lobos y Smashing Pumpkins

Napster empezó en 1999 mediante un sistema de p2p (peer to peer) que permitía el intercambio de música entre computadores sin la necesidad de pasar por un servidor central. Este hecho fue el hito que golpeó a la industria del disco.

¿Cómo funcionaba Napster? Muy sencillo. El usuario descargaba el programa, automáticamente se creaba en el computador una carpeta llamada “música”, ese acceso era el portal de entrada a cientos de artistas. Mediante un buscador podías rastrear lo que querías siempre y cuando estuviera disponible en la carpeta de otro usuario que compartiera su música.

El músico chileno Alex Anwandter se reconoce como ex usuario de Napster y de las plataformas de descarga, sobre lo mismo indicó: “Tengo una postura

opuesta a la de músicos como “Prince” que funcionan como una especie de “policías de lo digital”. Yo siento que es inevitable descargar música online, así como lo es que se cierre algo y nazca algo nuevo, se cerró Napster y empezó Soulseek y así. Hay que relajarse un poco con eso”.

Napster no era el único programa de este tipo, también existían otros como Gnutella o Scour, los cuales también permitían compartir vídeos, pero con una posibilidad de búsqueda y catálogo limitado en comparación a Napster.

Los usuarios tenían la libertad de compartir toda la música que querían de forma gratuita, de esta manera los sellos se quedaban sin ganancias. Napster siempre se defendió esgrimiendo que ellos, como empresa, no compartían ni almacenaban las canciones, ya que eran los mismos cibernautas quienes compartían la información.

Las grandes discográficas no tardaron en reaccionar contra este servicio que involucraba a sus grandes artistas y a un año del lanzamiento internacional de Napster (2000) cinco compañías demandaron a esta plataforma por infringir los derechos de copyright.

El gran temor de las compañías en ese entonces fue la posible baja en la venta de discos. Las discográficas entendían que Napster se presentaba como

una amenaza a la industria y en un comienzo creyeron que todo estaría bajo control luego de eliminar este obstáculo, pero no fue así. Los software de descarga libre comenzaron a multiplicarse conforme avanzó el tiempo y la venta de discos jamás volvería a ser tan prometedora como en décadas pasadas.

A 15 años de la aparición de Napster, la industria se reacomodó en base a las plataformas digitales. Con esto, la forma de negocio debió cambiar su foco, centrado en las ventas de shows, merchandasing y otros.

### **Myspace y la evolución de lo digital hacía las redes sociales**

Corría 1994 y una banda de Manchester con aires de grandeza comenzaba a dominar la escena inglesa y mundial. El lanzamiento del primer disco de Oasis, "Definetely Maybe" se transformó en el disco debut más vendido en la historia, vendiendo en la primera semana de ventas 86 mil copias en el Reino Unido. La promoción del álbum no distó a la de otros discos de la época, esto quiere decir: trabajo de prensa, promoción de videoclips, apariciones en televisión y giras por todo el territorio británico.

11 años después, una banda de Sheffield echaría abajo el record de Oasis y, en una semana, vendería 363 mil copias en Gran Bretaña. El secreto de Arctic Monkeys tenía un nombre: Myspace.

En agosto del 2003 dos amigos del departamento de marketing de eUniverse impresionados por el éxito del juego-social "Friendster" deciden comenzar un proyecto, una red social a la que llamarían MySpace. En agosto la plataforma ya estaba creada y el 2004 vería la luz a nivel mundial de la mano de Tom Anderson y Josh Berman.

El éxito fue tal, que a un mes de su lanzamiento la red social ya contaba con un millón de inscritos y para finales del 2004 ya se alcanzaban los 5 millones de participantes. Para el 2006 se había transformado el sitio más visitado en Estados Unidos por sobre los gigantes de Google y Yahoo.

El éxito de MySpace significó la difusión global de artistas independientes sin sello que solo contaban con demos o grabaciones caseras. La historia de Arctic Monkeys nace en este contexto, cuando algunos seguidores de la banda decidieron crear un perfil para la banda y subir las canciones de ellos en el sitio norteamericano. Miles de usuarios escucharon a la banda y de manera tan rápida como un clic la banda de Sheffield se comenzó a transformar en un fenómeno.



Tras esto, Arctic Monkeys fichó con el sello “Dominó” y su disco debut se transformaría en el debut más vendido en la historia de la música británica, el 2005 internet ya reclamaba el trono que le pertenecía al formato del disco.

El nacimiento de las redes sociales trajo consigo una audiencia enorme disponible para cientos de bandas que buscaban ser escuchadas, que por los medios clásicos hubiese sido imposible llegar a un público similar.

### **Romper las barreras entre las bandas y sus seguidores**

“Viralización” podría ser el neologismo más acertado para definir la acción de compartir y dar a conocer cualquier acción de un artista vía redes sociales. Nunca antes fue tan sencillo compartir fotos, vídeos, música, noticias o hasta un estado de ánimo. Las redes sociales no solo aportaron en la difusión masiva del contenido, sino que también le dieron a la industria algo más importante: la abolición de la barrera entre fans y músicos.

En los ochentas la banda The Smiths era reconocida por ser una banda profundamente discursiva en sus letras y en su comunicación con la prensa. La pandilla liderada por Morrissey era reconocida por siempre intentar romper las distancias entre el grupo y sus seguidores, una constante en sus shows era que

muchos asistentes terminaran arriba del escenario, cantando, bailando o abrazando a alguno de los integrantes.

30 años después en Londres, la banda The Libertines era reconocida por tener la misma convicción de The Smiths: eliminar todas las barreras posibles con sus seguidores. ¿Cómo hacerlo en el año 2004? Publicando shows secretos y gratuitos para pocos fans, hablando directamente con los seguidores vía Myspace o publicando directamente todo el material sin editar, sin filtros, sin restricciones.

Con la llegada de Facebook, Twitter y Youtube las opciones aumentaron exponencialmente. Los hangouts o vídeos en streaming han permitido hacer shows en directos vía web o lanzamientos de discos en los cuales los artistas resuelven dudas directamente con los fans, sin intermediarios, en tiempo real.

Los beneficios que trajeron las redes sociales fueron el resultado de la web 2.0 que supone un intercambio directo entre interlocutores, los músicos, sin duda, han sido uno de los actores beneficiados en esta nueva estructura digital y como destaca el productor Cristián Heyne (Gepe, Javiera Mena, Nicole) “Las redes sociales aseguran que haya menos posibilidades de que un buen proyecto no llegue a ser escuchado por la gente”.

## **Chile reacciona a lo digital**

El 2013 Oveja Negra terminaba con siete años de producción de discos. Así terminaron años de exitosos lanzamientos en CD de artistas como: Chico Trujillo, Manuel García o Anita Tijoux. De esta manera, el sello nacional daba un paso al costado con lo físico para darle la bienvenida a lo digital.

"Se trata de adecuarse a los nuevos tiempos y cómo hoy se comercializa la música, con toda la fuerza con que viene lo digital" señaló el 2013 a La Tercera el presidente de la SCD Alejandro Guarrello.

Oveja Negra, de la mano de la SCD, dejó de emitir discos en físico y con los recursos que se invertía en ello, decidieron crear la Plataforma de difusión de Música chilena, que tiene como objetivo dar a conocer el trabajo de todos los músicos asociados a la corporación.

El mismo año que el sello filial de la SCD dejó de emitir discos en físico, en Chile creció un 50% más los usuarios suscritos a servicios streaming pagados según datos de la IFPI.

En abril del 2015, IFPI publicó los resultados de la venta de música digital y por primera vez la venta de música digital superó a la física a nivel mundial.

En el informe, de la IFPI, también muestra las tendencias que se han adoptado en Chile, que al igual que el resto del mundo, ha presentado un alza en el consumo de música a través del streaming y las descargas digitales, los cuales están a un paso de superar a las ventas en formato físico.

Desde la plataforma Deezer, indicaron a La Tercera que: “los chilenos se inclinan por los servicios gratuitos versus los servicios pagos”, a abril del 2015 el servicio contaba con 1 millón 700 mil chilenos registrados.

En la misma línea, el servicio Spotify ya cuenta con 62.595.477 horas de música escuchada solo en Chile, lo que nos transforma en el país que más usa el servicio de los 14 mercados hispanoparlantes en los cuales se lanzó la plataforma el 2013.

Los usuarios han preferido los servicios digitales, pero la participación de los artistas independientes es clave en el armado de este nuevo escenario. El director de la plataforma chilena PortalDisc indicó que: “El 95% de las producciones de artistas chilenos se generan actualmente gracias a la industria

independiente, la que tiene canales de distribución casi exclusivamente digitales. Solo una mínima parte de los discos editados en Chile tienen actualmente distribución física”. Esto último grafica la realidad local y tira líneas para trazar hacia dónde se mueve la escena local.

### **Digitales desde el comienzo**

Cristobal Briceño, líder de la banda Ases Falsos se aburrió de los tratos de los sellos tradicionales cuando se preparaba a lanzar su primer material con el proyecto “Los Mil Jinetes”. Estos mismos inconvenientes fueron lo que llevaron a sellos como Pueblo Nuevo y Jacobino Discos a lanzar sus proyectos de manera digital. Así fue como el 2008 nació el sello Cazador, mejor llamado: Netlabel.

El concepto de netlabel (sello en red) le asentaba de manera perfecta a Briceño y a un puñado de bandas que necesitaban lanzar material con urgencia, sin presiones ni contratos engorrosos.

El sello Cazador duró cuatro años. Diego Sepúlveda, su director, comentaba el 2008 en La Tercera que: “La verdadera ganancia es que la gente conozca sin restricciones la música de estos grupos solistas”, el

modelo del sello permitía que luego de las 5.000 descargas digitales los discos se editaban en formato físico.

Esta forma de producción de los netlabels ha permitido que los músicos a nivel global no tengan que pasar por una serie de trabas al momento de lanzar contenido. El mismo disco debut de “Los Mil Jinetes” fue pensado un día jueves y el lunes ya era compartido en la web del sello.

Actualmente hay cerca de 20 netlabels independientes funcionando en Chile, de distintos estilos y pretensiones. Cada una, a su manera, reformula y presenta su visión de cómo compartir la música en esta nueva era.

El último informe de la IFPI el mercado digital representó el 2013 un 39% del total de ingresos discográficos. Chile es uno de los 15 países con mayor crecimiento en ingresos digitales con un 221 por ciento según cifras de Deezer.

## **CAPITULO III**

### **CONSTRUYENDO UNA NUEVA INDUSTRIA NACIONAL**

La forma en que los músicos generan ingresos cambió junto con la llegada de lo digital. En los noventa el sistema indicaba que los artistas ganarían un porcentaje por contrato, en la mayoría de los casos, o un monto fijo por producción de discos. Luego de la caída de la industria del disco se reformuló el sistema de ingresos y la mayoría de las bandas comenzaron a buscar nuevas formas para controlar y aumentar sus ingresos.

Es en este punto donde los artistas comienzan a ganar por la venta de shows y no por la descarga de discos, esta nueva fórmula trajo claras ventajas a los consumidores, ya que permitió que muchos de los discos se pusieran a libre disposición. De esta manera, los artistas aumentaron el alcance para cautivar audiencias cada vez más ávidas de nuevos sonidos.

La jugada trajo claros frutos en la industria nacional. El 2011, según el último estudio del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, la asistencia a conciertos solo fue superada por el cine, y es el segundo tipo de espectáculo que concentró mayor asistencia, seguido a bastante distancia por el teatro, la danza y el circo. De este modo, un 29,3% de la población declaró haber asistido a algún tipo de concierto durante el 2010.

Además, la población que declaró nunca haber asistido a un concierto bajó de un 19,1% en el 2005 a un 6,6% el 2009

Bajo este nuevo panorama de mayor flujo de audiencia, los artistas comenzarían a generar ingresos por distintas vías: derechos de autor, eso quiere decir por emisión en radio y televisión de los singles, los shows en vivo. En los shows en vivo, en Chile por lo menos, hay una gran venta de discos físicos también. Sumémosle a eso las plataformas digitales como Spotify, iTunes, Portal Disc, Deezer, Google Play, donde se puede vender desde una canción a un disco completo.

Según el último informe de la IFPI el mercado digital representó el 2014 el 39% del total de los ingresos discográficos. Chile, de hecho, es uno de los 15 países con mayor crecimiento por ingresos digitales con un 22%, de acuerdo a cifras reveladas por la plataforma Deezer.

La escena avanza, pero aun no alcanza para que el músico nacional pueda vivir de esto. El 2011 la revista Wiken hizo el ejercicio de entrevistar a distintas bandas y saber cuánto y cómo vivían los músicos nacionales, uno de los casos más notorios es el de banda Protistas.

Protistas debutó el 2010 con un premiado disco debut: "Nortina War". El primer LP de la banda se editó por el extinto Sello Cazador, no tuvo grandes



inversiones por parte de producción y les permitió comenzar a sonar en radios online y de a poco comenzaron a tomar puesto en la escena local.

Su mayor reconocimiento por ese disco se daría con la invitación al festival norteamericano SXSW el 2011. Dicho festival se caracteriza por invitar a bandas, productores y discográficas de todo el mundo. Una tremenda oportunidad para dar a conocer tu trabajo entre los más grandes de la industria.

El festival se desarrolla en Austin, Estados Unidos y en la versión de ese año también estaba invitado: Chico Trujillo, Fernando Milagros, Francisca Valenzuela, Inverness, Pedro Piedra, Intimate Stranger y Gepe. La primera invitación a Protistas fue celebrado por gran parte de la escena local, pero algo pasó. La banda nunca llegó al país del norte.

“No fuimos por plata”, consigno Álvaro Solar a Wiken. “El festival te aloja en casas de músicos de allá, pero el pasaje era lo complicado. Los solistas pueden hacerlo, pero en las bandas es más difícil moverse sin el apoyo de un sello. Nos habíamos conseguido unas tocatas bacanes en Nueva York para aprovechar el viaje, pero no se pudo”.

En la misma entrevista, el líder de Protistas confirmaba una realidad que viven muchos músicos chilenos que son reconocidos, pero que no pueden vivir de sus proyectos: “Todos los Protistas tienen un trabajo paralelo a la música

debido a la escasez de dinero. Estamos a un nivel en el que no ganamos plata en nada. Cuando tocamos es donde generamos más dinero, pero eso es relativo. A veces podemos ganar 150 lucas, otro día 200, y otro día 20 o 30. En promedio lo hacemos 2 veces al mes" contó para la revista de El Mercurio.

## **Escena que empieza a ser reconocida en el extranjero**

El 04 de febrero del 2011 el diario El País de España publicó “Chile, nuevo paraíso del pop”, reportaje que destacaba el trabajo de músicos locales. Este hecho marcó un hito que iba de la mano con el aumento de producciones nacionales y las constantes giras fuera del país.

Entre los destacados por el reportaje del diario español se encontraba: Gepe, Javiera Mena, Anita Tijoux y Dënver. A cinco años de la publicación estos artistas no han dejado de crecer y de cosechar elogios a nivel nacional transformándose en estandartes de una escena que cada día cuenta con más integrantes y reconocimientos.

## **Gepe: el primer “indie” en Viña**

Daniel Riveros, más conocido como Gepe, empezó a formar parte de una incipiente escena el 2002 cuando tocaba con Javiera Mena. El músico oriundo de San Miguel ya había dejado huella en el circuito santiaguino con su dúo “Taller Dejaó”. Con su primer L.P, como Gepe, empezó a sonar en distintos países de Latinoamérica y con ello comenzó a girar por Europa.

Tras cuatro discos de estudio, el artista fue invitado a ser parte del jurado del Festival de Viña del Mar 2014, con eso se presentaría en el escenario y se

alzaría como el primer músico nacional independiente en pararse en la Quinta Vergara.

Este hito para la música local no es casualidad y se enmarca en el contexto del aumento de producciones nacionales, que solo el 2013 aumentó en un 58,4% en relación al 2012 según el Informe Anual de Cultura y Tiempo Libre.

### **Ana Tijoux: la chilena que conquistó el mercado norteamericano**

De los cinco artistas destacados por el diario El País, Ana Tijoux es la con mayor trayectoria. La francesa-chilena ya había participado con gran éxito en los noventa con Makiza, importante banda de Hip-hop que destacó con tres discos catalogados en la prensa como: “brillantes”.

En su carrera solista empezó a sumar elogios de manera rápida y efervescente, con su segundo disco de estudio (“1977”) Ana comenzó a llamar la atención de medios internacionales. Los primeros en responder fueron los productores de la serie “Breaking Bad” quienes la vieron en un show en San Francisco y decidieron agregar una de sus canciones a la banda sonora del programa de televisión, luego Thom York, vocalista de Radiohead eligió la canción “1977” como una de sus favoritas el 2010.

Ese mismo disco de estudio la llevaría a ser nominada por primera vez a los premios Grammy por “Mejor Álbum Latino de Música Rock, Alternativa o Urbano”. La artista nacional sería nominada dos veces más.

La última nominación de Ana Tijoux, se la llevaría por su disco “Vengo” siendo el primero en su carrera solista en ser editado en forma independiente.

### **Dënver: músicos, gestores y productores**

Oriundos de San Felipe, con un E.P y tres discos a su haber la banda comenzó a formar parte de la escena local y a tocar con artistas como Gepe, Dadalú, Colectivo Etéreo, entre otros, además de presentaciones con extranjeros como Coiffeur, Olga y José González.

La prensa alabó su primer disco “Totoral” producido por Gabriel Lucena (Miranda!, Entre Ríos, Javiera Mena) pero sin duda el trabajo que los catapultó al éxito fue su segundo disco “Música, gramática, gimnasia” (2010) producido por Cristián Heyne, quien lo transformó en un disco de canciones pop con arreglos finamente producidos. En corto tiempo el primer single “Los Adolescentes” se transformó en uno de los más pasados en Mtv, lo que los

llevó a comenzar a girar por el extranjero (México, España, Argentina, Colombia).

Según Mariana Montenegro de Dënver, los medios digitales y las redes sociales transformaron al grupo en no solo gente que “va a tocar”, sino que gente mucho más ligada a la gestión, la producción y a todo lo que no solo tiene que ver con a música

Durante su existencia la banda ha sido constantemente reseñada en medios europeos y latinoamericanos como Rolling Stone Argentina o Rockdeluxe y El País de España.

### **Javiera Mena y la ventaja de las redes sociales**

Corría el 2006 y tras un par de años de carrera, la canción “Al siguiente nivel” de Javiera Mena era elegida por Rolling Stone Argentina como una de las 100 mejores canciones del año.

Para Javiera todo comenzó en el circuito universitario santiaguino. El 2001 ya había grabado su primer demo que fue subido a la plataforma de descargas gratuitas (ilegales) “Soulseek” por uno de sus seguidores.

El reconocimiento internacional para Javiera Mena comenzaría primero en Argentina, primer país en editar su L.P, luego su disco se comercializaría en España y Japón.

Sin duda uno de los hechos que marcó los inicios de Javiera Mena fue su conexión con músicos argentinos a través de Soulseek, gracias a esto haría contactos con bandas como: Miranda! y Dj Pareja.

Así como Soulseek le abrió las puertas a Javiera para el mercado argentino, la plataforma Myspace le daría el alcance mundial de la mano de Erlend Øye (Vocalista de King of Convenience) quien a través de la red social la invitaría a ser parte de la gira de su banda por España y Portugal. La cantante nacional definió, en el libro "Canciones del fin del mundo", esto como: "Un sueño. Yo no entendía nada, era muy fan de su banda, los escuchaba en todos mis viajes, pero nunca había hablado con él, tampoco había ido a Europa. Y ellos me pasaron el pasaje y fui. Fuimos de gira por todo Portugal y España".

No es misterio que la música nacional se encuentra siendo constantemente reconocida a nivel de prensa y de artistas. La viralización ha logrado que los proyectos locales rompan las barreras y lleguen a oídos de todo el mundo como nunca antes había pasado en este nivel.

## **El vinilo y el streaming conviven en escena**

Veinte años tuvieron que pasar para que un vinilo superara las ventas del “Vitalogy” de Pearl Jam. El responsable fue Jack White con “Lazaretto”, el cual superó las 60.000 copias vendidas. Todo esto a pesar de la progresiva baja de ventas de la música grabada en soporte físico.

A una década del desplome de la industria del disco ya empiezan a despuntar dos ganadores: el vinilo y el *streaming*. La venta de vinilos y el consumo online de música aumentaron más del 50% en 2014 en EEUU, incluso cuando las ventas totales de la industria continuaron cayendo según la consultora Nielsen.

El 2012 y luego de 30 años se volvieron a editar discos de vinilo en Chile, Oliver Knust, director de Discos Río Bueno, se comenzó a hacer cargo ese mismo año de la producción que se abandonó en la década del setenta y que en ese entonces estaba en mano del sello discográfico IRT. El nuevo productor de vinilos en Chile indicó a La Tercera en ese entonces: "Nosotros como sello, empezamos a hacer vinilos desde el 2010. He tenido la experiencia de ir a visitar la planta en México y vi que, a diferencia de los otros formatos, era rentable. Siempre tuve la inquietud (de fabricar vinilos) y me llegó un correo



desde México de que había una máquina disponible, entonces la adquirí". Todo esto gracias a un Fondart en el cual se adjudicó 20 millones de pesos.

### **Streaming: el golpe más efectivo a la piratería**

El 2013 los ingresos por concepto de suscripción y streaming aumentaron en más de un 50% en relación al 2012, la cifra se presenta como un hito en el renacer de la industria que ve en este medio un puente para encontrar la estabilidad que perdió tras la caída del ingreso por disco.

Spotify se presenta como el caso más potente del sistema streaming. La plataforma tiene su nacimiento en Suecia, país reconocido por sus altos índices de piratería, la desarrolladora de negocios de la marca, Mia Nygren, explicó en una entrevista que siempre quisieron un sitio que fuera tan accesible como un pirata, pero que a la vez pudiera generar ingresos a los músicos.

La empresa Kobalt Music Publishing ayuda a recaudar los derechos de autor de unos 6.000 músicos, esta compañía generó un estudio, en Europa, que indica que los artistas ya están cobrando más dinero por medio de Spotify que mediante Itunes.

Marron 5, Lenny Kravitz y Bob Dylan trabajan con esta empresa de gestión de derechos la cual asegura que en el último trimestre del 2014 los

ingresos derivados por reproducciones en Spotify fueron un 13% más elevado en comparación a iTunes.

Según el jefe de Spotify México, el servicio de streaming ha logrado reducir en un 30% los niveles de piratería en Suecia.

Si bien, por parte de la compañía esgrimen que su lucha contra la piratería ha dado resultados, hay músicos que no están de acuerdo con este tipo de servicio y lo han hecho sentir.

Los principales detractores de la plataforma han sido los músicos: Davyd Byrne, Brian Molko y Tom Yorke, quienes se han quejado de lo poco que paga la plataforma (0,007 USD por reproducción). Un reportaje de la Rolling Stones indicó que con lo que ganan algunas bandas indie españolas no les alcanza ni siquiera para pagar una cena en pareja.

Así la Musician's Union, el mayor sindicato de músicos de Reino Unido, exige a Spotify mejores condiciones para quienes están afiliados. La respuesta de muchos de ellos ha sido eliminar sus canciones de la plataforma.

En Chile los servicios disponibles para streaming y descarga gratuita de música son: Batanga, Bazuca, Claro Deezer, Entel-Napster, iTunes, Movistar, Portaldisc, Rdio, Spotify y YouTube.

En Portaldisc, de los seis mil discos disponibles más del 80% no existe en formato físico, sino que son discos que están, muchos de ellos desaparecidos, otros son muy nuevos y no se han lanzado o quizás no se van a lanzar físicamente.

### **Publishers y música en vivo: el derecho del pago por reproducción**

A nivel global las ganancias por derechos de autor aumentaron un 19% el 2013, según la Federación Internacional de Productores de Música.

En Chile Sociedad Chilena del Derecho de Autor (SCD) reunió 18 mil millones de pesos el 2014, lo que es el doble de hace seis años. De ese total, solo dos mil millones quedan en Chile, ya que la mayoría corresponde a otros países con los cuales la SCD ha generado convenios mutuos.

La SCD nació en 1987, compuesta por músicos que buscaban recaudar dinero por conceptos de derechos. La entidad tiene cerca de ocho mil socios, los cuales los componen: compositores, intérpretes y herederos (familiares o fundaciones que se quedan con los derechos de quienes fallecen). Además, tiene más de 14 mil usuarios, como se le denomina a quienes pagan por poner música.

## ¿Cómo funciona el publising?

La función de un Publisher es promover las canciones de un artista para que estas sean usadas y generen dinero. La principal labor es vender las canciones y generar licencias para que otros puedan usarlas.

Con este sistema, el desafío de un Publisher será lograr que la canción del artista sea usada en radio, televisión, películas, videojuegos, obra de teatro, aplicación, etc. El Publisher y el artista obtendrán ganancias cuando alguien se interese por la canción y esté dispuesto a pagar por una licencia para usarla.

En este punto empieza a tener influencia la ley que obliga a las radios a programar como mínimo un 20% de música chilena. En consecuencia de esto crecerán los ingresos por derechos para los músicos locales, ya que, si bien las radios seguirán pagando lo mismo a la SCD ( 3,75% de ingresos mensuales según La Tercera) habrá un mayor porcentaje que se quedará en Chile.

Para Gepe, “la idea debería evolucionar, lo que no está ordenado en este proceso de cambio de la era CD a la digital es el asunto de los *royalty* por venta de disco. Hay que ordenarlo ya que no tiene ni pies ni cabeza”.

## CAPITULO IV

### Generación de identidad y discurso

“Hagamos una banda para putear a los milicos”, eso fue lo que llevó a Álvaro España a formar los Fiskales Ad-Hoc, concebida y reconocida como la piedra angular del punk en Chile. Con comienzos en eventos culturales en los cuales se mezclaba arte, pintura, música y performance los Fiskales comenzaron a ser la voz que durante mucho tiempo estuvo puesta en el “canto nuevo” y que a principio de los ochenta se encargaron de popularizar Los Prisioneros.

Los Fiskales no batallaron solos, eran parte de una escena que contemplaba artistas de diversa índole como “Contingencia Psicodélica” (grupo de pintores de la Universidad de Chile), estaban las “Yeguas del Apocalipsis” con Pedro Lemebel y bandas como Pinochet Boys e Índice de desempleo, juntos, armaban eventos clandestinos durante el último periodo de la dictadura.

La banda liderada por Álvaro España nació en los ochenta y vivió el triunfo del “No” como un triunfo sobre Pinochet, pero la decepción no tardó en llegar gracias a la pasividad del gobierno de Aylwin. Como explica Jorge González en el documental “Malditos, La historia de Los Fiskales Ad-Hoc” “Todo el mundo pensaba que con la caída de Pinochet, Chile se iba a volver

como Madrid, y que iba a estar todo pasando, pero nada de eso pasó. Todo se puso hiper tradicional, pero vestido de rebelde, se notaba que la gente había crecido en una represión muy grande”.

La banda, con casi 30 años de carrera, fue buscando las batallas en las cuales desarrollar su discurso crítico sobre la sociedad local, siempre bajo una perspectiva personal de los integrantes de la banda. Da la sensación de que a 15 años del retorno de la democracia sus letras y su discurso se quedaron sin relevo en la escena nacional.

La prensa de los noventas ya escribía sobre el cambio en las letras de la música popular chilena, la revista Rock and Pop lo graficó de esta manera en 1994: “Durante la década pasada, una parte importante del rock hecho en el país enfatizó en lo social. Hoy, el asunto pasó de las calles al corazón, aunque para muchas bandas marginales los temas más importantes siguen siendo la rabia y el resentimiento”.

El artículo hace referencia a Jorge González, Upa!, Electrodomésticos y canciones como: “Sueldos”, “Santiago” “Viva Chile”, “No están viviendo bien” y “Señores pasajeros”, las cuales graficaban el descontento social envuelto en melodías pop y guitarras. Además, la nota destaca el poco compromiso social y político de bandas como La Ley, Los Tres y Lucybell.

Si bien, la nota crítica abiertamente los primeros años de música en Chile luego de la dictadura, es necesario considerar que años más tarde el panorama cambia con la aparición de grupos hip-hop como Tiro de Gracia y Makiza (Ana Tijoux), quienes en 1997 se toman la escena local para llenarla de letras ácidas y descontento. Un tópico que sólo mantenían bandas como los Fiksales y Los Miserables y que a veces se manifestaba en algunas letras de Álvaro Henríquez.

Gonzalo González ha trabajado como productor de las bandas más importantes de los noventas y de la actualidad: Tiro de Gracia, Makiza Los Tres, Los Bunkers, Astro, Gepe, Francisca Valenzuela y Dënver entre otras. Para él, las temáticas han evolucionado a distintas miradas y reflexiones de la vida en general. Como en el cine, en la música del siglo XXI los temas centrales no son aspectos relativos a la sociedad o a la política, sino que aparecen nuevos tópicos, mucho más personales. González afirma que la estabilización política y económica del país ha hecho que los artistas escriban sobre temas menos generales y más precisos. Con mayor carga emotiva interna.

## **¿Cuál es la lucha de las nuevas generaciones de músicos?**

El 2013 estuvo en Chile Santi Carillo, crítico musical y director de la revista española Rockdelux, en su paso por el país el editor comentó sobre el discurso político de los proyectos locales: "Muy pocos de estos grupos tienen un compromiso social y sus letras ignoran un poco la realidad de lo que está ocurriendo". "No se habla de las manifestaciones estudiantiles", comentó, lo que según él ya vivió España en la década de los ochenta con la "movida madrileña".

Cierto o no, desde el retorno de la democracia que se ha cuestionado el rol político de las bandas nacionales. Entre los proyectos que mantienen una postura discursiva y crítica constante es Anita Tijoux quien continuamente está hablando sobre lo que sucede en el país. En su canción "Shock", por ejemplo, la artista toma la palabra para hablar del movimiento estudiantil y del actual modelo político.

Respecto a esto Anita Tijoux comentó en una entrevista con la revista universitaria Bello Público que: "es normal que el arte se influencie de todo lo que ve; los creadores somos sociólogos en otro lenguaje. Por ejemplo, en Europa hice muchos amigos iraquíes, y sus letras son puro Irak, con los palestinos pasa igual. Todo se entrelaza. Cualquier cosa que uno vive



influencia el cotidiano. Siempre me ha interesado la política, por eso hice un tema como “En Paro”. Me interesa entender en qué sistema uno vive, y lo más terrible es que uno mientras más aprende, más asco da todo. “La Bala” simplemente salió, fue algo emocional, una descarga. Cada creador es el resultado como sujeto social de lo que lo rodea”.

La misma artista nominada al Grammy reconoció el hecho de que hay muchos músicos locales a los cuales no les interesa el activismo: “Me ha pasado que escucho colegas músicos que hablan del evento Corona, del vodka, hablan como si esto fuera Londres, ¡pero estamos en Chile! No hay identidad cultural en estas fiestas, y loco, está la cagada en este país, están vendiendo todo... Yo no soy nadie para juzgar, pero... prefiero tener amigos que no tengan nada que ver con la música, con los que hacemos asados, conversamos de política... vamos moviendo el muro 5 centímetros y tenemos proyectos. Si me habla un loco que vive en su planeta de casa de verano no hay mucho que decir. No vibramos con lo mismo”.

### **Lucha que cambia de enemigo**

“A mediados del año pasado, un chico como uno de ustedes me mandó un video muy simpático. Hablé con él por chat algunas veces, súper buena onda. Este año a ese chico lo agarraron en un parque, le quebraron las piernas,

le quemaron cigarrillos, le marcaron el estómago con esvásticas. Él era Daniel Zamudio”. Así fue la pausa que se dio Alex Anwandter en el festival Lollapalooza en su edición del 2012. Desde ese momento y de manera natural se transformó en una voz para las minorías. Sin tener un discurso muy activo en sus letras, se transformó en referencia cuando se habla de discriminación.

Alex asegura que no se siente líder de nada, que lo han llamado en varias ocasiones del Movilh y de Fundación Iguales, pero que no comulga con su discurso: “No me siento líder de nada porque no puedo hablar por otras personas, pero si me interesa hablar de otras cosas que están pasando. Es natural y fluido que empiece a aparecer en mi arte la crítica social. De hecho, me cambie de la música al cine para explayarme en temas que me importan. De todas formas estoy tratando de incluirlo en próximas canciones”.

Anwandter es el ejemplo del músico que sin tener presente un discurso establecido en su arte, sí puede hacerse cargo de su opinión a través de la interacción que ejerce con su público sobre el escenario, en redes sociales o por la prensa.

“Exigirle a todo arte que sea político sería negarle la existencia a alguien como a Juan Gabriel, a la música instrumental. Una obra de Vicente Bianchi no es política, pero él lo es de una forma profunda”, la frase lanzada por

Anwandter es precisa sobre el rol del músico y la vinculación indirecta con su arte.

Por lo pronto, el ex Teleradio Donoso se prepara para lanzar su primer largometraje inspirado en el caso de Daniel Zamudio y su nuevo disco de estudio, que como él mismo indica, contendrá algunas letras con un marcado activismo homosexual.

La sociedad chilena cambia cada tanto sus debates y sus focos de preocupación. En este ambiente de convulsión social son los músicos los que han ido dejando constancia de estos movimientos y sus efectos en el país.

## **El cambio de enfoque en la música popular a partir de lo digital**

Los mixtape fueron parte importante de la cultura del casete durante los ochenta y principio de los noventa. Copias de materiales de amigos, canciones grabadas de la radio, todo lo que fuese posible para acceder a nuevos sonidos.

Esa limitación de acceso se acabó con lo digital, los usuarios ahora pueden escuchar música de todo el mundo en pocos segundos. Para los artistas chilenos esto fue fundamental en su desarrollo como músicos, ya que la paleta de influencias se acrecentó con el libre acceso.

Para el compositor Alex Anwandter esto es claro: “Esa masa de influencias en los compositores se abrió de manera radical gracias a internet. Mis colegas incorporaron nuevas y distintas influencias en comparación con la generación de los noventa. El caudal de información fue tan grande que nadie se tuvo que clasificar y encerrar con un estilo”.

Si en los noventa todo era: rock, pop, balada, cumbia o punk eso ya no existe y las etiquetas son solo puestas por medios especializados. Sellos con los cuales las bandas no se identifican.

En otra arista, el acceso a la tecnología también es un factor. Gonzalo González estuvo a cargo, como productor, de los discos más emblemáticos de los noventas (Los Tetas, Cancho en Piedra, Tiro de Gracia). La gran mayoría grabado sin un computador, como él mismo explica: “En los noventas no tenías ninguna posibilidad de grabar en la casa o de maquetear y preparar todo para poder grabar, durante los noventa participé en muchos discos en los que no se usó ningún computador, hoy en día esos sería impensable. También se produce casi la total desaparición de los soportes analógicos para registrar un disco, el uso de software de grabación en los noventa prácticamente no existía”.

En los procesos de grabación lo digital trajo muchas ventajas, ya que, según el mismo González, se comenzó a trabajar de manera más directa y sencilla. Las pistas de audio grabadas en estudios pequeños ahora son mejores y se pueden llegar a obtener grandes estándares de calidad.

Para el otro gran productor de la música chilena, Cristián Heyne, esto parece no ser aplicable en su totalidad, ya que, cree que la situación es diferente y que el mayor acceso a softwares y estudios no denota una mejor calidad en el proyecto musical en comparación a los noventas.

Las mismas facilidades que la tecnología ha brindado en la vida cotidiana se han traspasado a la música. Lo necesario para grabar es más económico y fácil de usar, programas como Fruity Loops o Garage Band están diseñados para poder armar maquetas desde la casa y con pocos recursos.

Estos mismos programas hacen prescindibles los compañeros de banda para iniciar un proyecto. Esto ha hecho que las presentaciones en vivo se haya simplificados y que ya no sea necesario formar una banda para subirse a un escenario, el gran perjudicado es esto es uno solo: el formato de banda de rock.

Según el músico Gepe: “existió una dictadura del rock que es agotadora. Los amplificadores, las guitarras, los lentes oscuros, volumen fuerte. Aburre, no tiene mucho sentido considerando que las otras propuestas están a la misma altura. Ahora tiene que ser todo más compacto para facilitar las cosas, no puedes tener tanto personal técnico”.

Lo digital trajo dos ventajas claras a la industria de la música, por un lado, el mayor acceso a proyectos nuevos permitió a los músicos locales conocer nuevas técnicas y sonidos que en los noventas no llegaban al país. Por otra parte, la facilidad de obtener softwares de grabación ha permitido simplificar las propuestas musicales, esto ha llevado a la disminución de

“bandas de rock” y a la mayor cantidad de propuestas sencillas basadas en computadores e instrumentos que no requieren mayor aparataje técnico.

## **CAPITULO V**

### **PROYECCIONES DE LA INDUSTRIA**

La descarga legal de música no ha funcionado y sigue en caída, al igual que el CD. El 2014 los álbumes digitales cayeron un 11% y los discos compactos un 19%. No todo fue pérdidas para la industria ya que dos competidores se alzaron como ganadores: el vinilo y el streaming.

La principal razón del fracaso de la descarga de música digital es que seguía manteniendo la misma idea del CD. El usuario finalmente accedía al mismo producto, pero digitalizado. En cambio el streaming permitió que el usuario no estableciera un compromiso con el producto, permitiendo pagar un fijo por una base vasta de canciones y artistas.

Es así como el streaming y el vinilo coinciden y conviven de manera perfecta. Por un lado el primero trae consigo todas las ventajas de lo digital: precio, acceso y portabilidad. En cambio el segundo trae de vuelta el coleccionismo, la calidad de sonido y la nostalgia.

De esa manera y como ilustra el músico nacional Gepe, si te gusta un disco que escuchaste por streaming luego lo puedes comprar en formato físico: "Me da la impresión que cuando pagas por algo, le tienes más cariño. Está



bien que a un artista se le retribuya y que la persona que hizo la retribución se quede con algo. Uno genera una relación especial con ese objeto”, afirma Gepe.

### **Proyecciones del formato**

Si bien en los últimos dos años se ha establecido el streaming y el vinilo como los formatos con mayor crecimiento no se puede establecer un consenso que este sea el sistema que predomine en los próximos años.

Artistas y productores se inclinan por distintas opciones para proyectar el devenir de la industria musical. Por un lado hay quienes consideran que en los próximos años se mantendrá el sistema de distribución

Para el productor Gonzalo González el actual sistema se mantendrá: “Tengo la impresión que las descargas cada vez van a ser menos necesarias y la reproducción online pagada o libre, cada vez con mejores conexiones a internet en casa y móviles. Ya no va ser necesario bajar o comprar vía descarga. También pienso que el vinilo se consolidará como el formato clásico y de calidad”.

El músico Gepe (el tercer músico chileno con más reproducciones en Spotify) no opina lo mismo y cree que el negocio debería ir hacia el lado de las distribuidoras de internet: "Puedes bajar un disco de quien sea, súper fácil, sin pagar un peso, pero al final estás pagándole a la empresa que te da el internet. Esa empresa de internet debería pagarles a los músicos" indica Gepe.

De todas formas, hoy, el sistema de streaming no está dejando grandes dividendos en los músicos locales. A pesar de que Chile lidera el número de usuarios en Spotify a nivel Latinoamericano.

El índice de ganancias ha sido la principal razón que artistas internacionales de la talla de Adele o Taylor Swift hayan eliminado su catálogo de la plataforma. En Chile eso todavía no es tema, ya que Spotify sigue siendo una fuente de difusión importante.

Alex Anwandter lo entiende de la misma manera y lo gráfica esgrimiendo que, para él, en Chile sigue recibiendo más dinero por la compra de discos o vinilos que por descargas o streaming, a diferencia de lo que pasa en Europa, donde recibe mayores ganancias por streaming o descarga legal que por venta de material físico.

Carlos Salazar, director del sello Chilevisión Música lo explicó de esta manera a Emol: "El negocio que implica los servicios de streaming para la

música en general es muy menor, y más aún cuando se trata de mercados tan pequeños como el nuestro".

Para el mismo sello Chilevisión Música las ganancias que deja equivalen a un 10% del total de sus ingresos.

Jean Piere Duhart, vocalista de la banda De Saloon, aseguró que no sabe si en términos de cifras es beneficioso este servicio para su agrupación, pero sí reconoce la importancia que tiene "en el área de difusión, y entre más gente conozca nuestra música y más gente tenga acceso a nuestro último disco es perfecto".

Por el lado de los contenidos, lo habitual es que un artista lanzará un disco cada dos o tres años. En un nuevo panorama se espera que estos plazos se vayan cada vez acortando más según lo explica el fundador de la empresa de marketing musical The Orchard, Scott Cohen: "tendremos muchas más formas de creación musical, no un álbum cada 2 o 3 años, y veremos un flujo continuo de todo tipo de contenidos para mantener al fan enganchado.

Para Leo Nascimento, director de la plataforma de streaming Deezer: "También pienso que el mercado musical será mucho más amplio y global, con muchos más clientes consumiendo música de manera legal y constante. Los

artistas y compositores ya tendrán claro que las plataformas digitales de streaming están aquí para remontar este negocio, no para matar la industria musical una vez visto todo el potencial de este nuevo negocio, el aumento del consumo de música, la conversión del uso de piratería al uso legal y en la permanente monetización del catálogo”.

### **¿Cuál será el rol de los sellos discográficos?**

El 2 de agosto del 2012 Camila Moreno hizo una invitación desde la página idea.me para ser parte de su disco “Panal”. En ella, Camila le pedía una colaboración a sus seguidores, las cuales iban desde los \$3.102 a los \$1.861.200. A cada donación, y dependiendo del monto, la artista le entregaría regalos proporcionales a lo depositado.

De esta forma, la chilena nominada al grammy, logró recolectar más de siete millones de pesos, lo que le permitió poder mezclar, masterizar, diseñar e imprimir su tercer disco de estudio.

Camila Moreno fue la primera artista nacional en adquirir notoriedad con el método de *crowdfunding* (financiación masiva, en español), ese mismo año indicó a radio Adn que: “Idea.me es una idea súper revolucionaria y en cinco años más va a estar de moda y todo el mundo lo va a hacer, porque es saltarse

burocracias, instituciones y relacionarse directamente con la gente, que la gente compre cosas directamente al autor".

Es en esa omisión a las grandes discográficas e instituciones en los cuales se centra la clave del *crowdfunding*, el cual se alza como el mayor ejemplo de un cambio radical en las formas de adquirir fondos para financiar un proyecto.

No es casualidad que los mismos fans ayuden a financiar los discos de sus artistas favoritos. Los seguidores se sitúan en una posición en la que nunca antes estuvieron en la historia de la música popular. Si las redes sociales lograron romper las barreras de la comunicación entre artistas y seguidores, el *crowdfunding* los situó como participantes y colaboradores de bandas y músicos.

Mariana Montenegro de Dënver cree que: "es una súper buena idea, que la gente tenga la opción de apoyar un disco. Creo que se mantendrá ya que cada vez hay más acceso al crédito bancario y a las cuentas corrientes".

Para los músicos y productores la opinión se divide al momento de hablar de la industria y su devenir.

Para Gonzalo González: “Todo ha mejorado, hay opciones, hay más ejemplos, hay más historia, hay movimiento y lo más importante hay un público fiel y dispuesto a querer escuchar y saber qué sucede con la música nacional. Es cierto que mejores condiciones siempre van a generar más inspiración, mejores estudios, mejores lugares para tocar, más radios que te toquen y más marcas que paguen por tener contenido nacional, todo muy sano y hay que aprovecharlo al máximo, mi diagnóstico es que esta sana realidad llegó para quedarse por siempre”.

La banda Dënver considera que si bien la industria goza de buena salud hay fallas que quedan a la vista: “De afuera se ve que la escena tiene mucha fuerza, pero de adentro tiene muchas carencias. Hay pocos lugares para sonar bien, es difícil el camino para usarlos. La centralización no deja que los shows se lleven a más lugares, ir a región es caro. Yo creo que va avanzando de a poco. Las marcas y las instituciones se están dando cuenta de eso, pero creo que falta mucho”.

### **Las discográficas cada vez más grandes**

De forma contraria a la tendencia de caída libre de las multinacionales, hay una postura que sitúa a las discográficas en un lugar privilegiado en el futuro de la industria.

Marc Geiger es co-fundador de Lollapalooza Chicago y hoy es Director de la división música de William Morris Endeavor, una de las mayores agencias de cazatalentos de Estados Unidos, además es considerado por Billboard como la novena persona con más poder en la industria musical. Él, esgrimió que las discográficas crecerán cinco y hasta diez veces en los próximos años gracias a los servicios escalables como Spotify, Rhapsody o Rdio, ya que permiten que los sellos deriven sus servicios y distribución a ellas. De esta forma los sellos no deben hacer nada, solo permitir que sus archivos estén disponibles para estas empresas.

Entre otros factores, las grandes compañías como Amazon, Apple y Google ya están en este sistema y la proyección es que conquisten el mercado con 500 millones de usuarios de pago. De esta manera el negocio será más grande que en toda la historia de la industria musical.

Además Marc Geiger pone al descubierto el estado de los sellos con los artistas antiguos por los cuales tienen royalties fijos y que en muchos casos ya han pagado la inversión y no necesitan invertir en marketing. De esta manera sus beneficios siempre serán netos.

La teoría de Geiger es apoyada por Lucian Grainge (Director de Universal Music) y explica que: “Para el sello Universal el futuro pasa por apostar en servicios premium. La industria se encuentra en plena transición al retorno del crecimiento y de un estado saludable”.

## **El rol de las marcas y de las grandes compañías**

La promesa del Ipod es que podías llevarlo a todos lados y almacenar más de 1.000 canciones en él. El 2007 el mismo Steve Jobs lo condenó a muerte, el Iphone se encumbró como la promesa de estar frente a un Ipod, un teléfono, cámara y un dispositivo de comunicaciones por internet. Todo al mismo tiempo.

El golpe de gracia para el Ipod lo dio la empresa al anunciar el lanzamiento de Apple Music, servicio streaming que permitirá acceder a un catálogo de más de 30 millones de canciones. La guerra del streaming y de las marcas ya está declarada.

Google ya cuenta con “Music Key”, Amazon lo hace con su producto “Prime”, Microsoft con “Xbox Music” y el artista Jay Z se decidió a lanzar una plataforma streaming que defendiera los intereses de los músicos: “Tidal”.

El resultado de esta competencia generará una serie de factores que ya fueron analizados por Forbes y que según explica el medio: se mantendrá para generar una nueva industria musical.



La competencia de las marcas por potenciar sus servicios en streaming se traducirá en apuntar a buscar la excelencia en la calidad del sonido, Tidal ya prometió ser la más alta, pero también con un costo más elevado.

Forbes indicó que cada vez habrá un mayor número de suscriptores, quienes ya dejarán de descargar música de manera ilegal. Sí, el mismo fantasma que destronó al antiguo sistema de negocio, mañana no sería un problema mayor.

Lo que podría poner en jaque a este nuevo sistema, serían los propios músicos, quienes lucharán por que cada vez se paguen mayores regalías. La queja formal ya se ha dejado caer por artistas como Thom Yorke o Placebo.

Con este formato, las artistas tienen cómo controlar de mejor manera sus derechos. Como ejemplo de esto, al anunciarse el servicio de Apple, la compañía aseguró que no pagaría a los artistas mientras el producto estuviera en fases de prueba. Esto molestó profundamente a la cantante Taylor Swift quien decidió retirar de inmediato todo su catálogo de la plataforma.

A las horas después, Eddy Cue encargado del servicio tuvo que dar la noticia, vía Twitter, que finalmente se pagará a los artistas todo lo que corresponde, aunque la aplicación se encuentre a modo de prueba.

Apple Music se vio obligado a satisfacer las demandas de la cantante y que si finalmente logra el apoyo de Swift, no solo obtendrá que la artista del momento ponga sus canciones en la plataforma, sino que también tendrá un enorme grupo de seguidores que optarán por el servicio de la compañía de la manzana.

Lo que parecía un acto natural de la cantante norteamericana se transformó en una muestra de cómo los artistas están manejando la industria a favor de ellos y no para ventaja de las grandes marcas.

## BIBLIOGRAFÍA

### I. TEXTOS

- BYRNE, D. 2012. Cómo funciona la música. Barcelona, España. Reservoir Books.
- CELHAU, P. 2006. Análisis Económico de la Industria Discográfica. Santiago: Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile.
- MAIRA, M. 2012. Canciones del fin del mundo. Santiago, Chile. Ril editores
- MICHAEL, N. 2006. The impact d digital file-sharing on the Music Industry: An empirical Analysis. New Orleans: Dept. Of Economics and Finances, University of New Orleans.
- PONCE, D. 2008. Prueba de sonido. Santiago, Chile. Ediciones B.

## ARTÍCULOS DE DIARIOS Y MEDIOS ELECTRÓNICOS

- EMOL. 2008. La industria musical pierda la fe en el cd y se conecta a la red. [En línea] Emol.cl, 08 de abril del 2008.  
<http://www.emol.com/noticias/magazine/2008/04/09/299742/la-industria-musical-pierde-la-fe-en-el-cd-y-se-conecta-a-la-red.html>
- EMOL. 2004. Industria discográfica reconoce que está obligada a adaptarse a la era digital. [En línea] Emol.cl, 01 de enero del 2004.  
<http://www.emol.com/noticias/magazine/2004/01/28/136691/industria-discografica-reconoce-que-esta-obligada-a-adaptarse-a-la-era-digital.html>
- EMOL. 2004. Bajas en venta de discos y piratería son los problemas de la industria musical. [En línea] Emol.cl, 17 de enero del 2003  
<http://www.emol.com/noticias/magazine/2003/01/17/102639/bajas-en-venta-de-discos-y-pirateria-son-los-problemas-de-la-industria-musical.html>
- FREDES, C. 2015. Este música es mía [En línea] latercera.com, 21 de febrero del 2015.

<http://www.latercera.com/noticia/tendencias/2015/02/659-617751-9-esta-musica-es-mia.shtml>

- GUIMÓN, P. 2003. La industria musical vive el final de un modelo. [En línea] elpais.com, 27 de enero del 2003.  
[http://elpais.com/diario/2003/01/27/cultura/1043622001\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2003/01/27/cultura/1043622001_850215.html)
- JARA, P. 2014. Muerte de un mastodonte [En línea] quepasa.cl, 30 de enero del 2014. <http://www.quepasa.cl/articulo/opinion---posteos/2014/01/20-13676-9-muerte-de-un-mastodonte.shtml>
- TERRA. 2014. ¿Cuáles fueron las causas de la quiebra de Feria Mix? [En línea] economía.terra.cl, 29 de enero del 2014.  
<http://economia.terra.cl/cuales-fueron-las-causas-de-la-quiebra-de-feriamix,f226333e6bed3410VgnVCM5000009ccceb0aRCRD.html>
- VERGARA, C. 2010. Ventas de discos en Chile alcanzan las cifras más bajas en diez años. [En línea] latercera.com, 12 septiembre del 2010  
<http://diario.latercera.com/2010/09/12/01/contenido/cultura-entretenicion/30-38413-9-ventas-de-discos-en-chile-alcanzan-las-cifras-mas-bajas-en-diez-anos.shtml>

## ENTREVISTAS

- Anwandter Álex, músico y productor chileno. (Entrevista realizada el 10 de abril del 2015)
- González Gonzalo, productor a cargo de los discos de Los Bunkers, Francisca Valenzuela, Chancho en Piedra, entre otros. (Entrevista realizada el 10 de marzo del 2014)
- Heyne Cristián, productor a cargo de los discos de Dënver, Gepe, Javiera Mena entre otros. (Entrevista realizada el 02 de febrero del 2014)
- Mena Javiera, músico chilena. (Entrevista realizada el 28 de abril del 2014)
- Montenegro María, vocalista del dúo Dënver. (Entrevista realizada el 15 de marzo del 2015)
- Riveros Daniel, músico nacional participante conocido como Gepe. (Entrevista realizada el 20 de noviembre del 2013)



Prof. Raúl Rodríguez O.  
Jefe de Carrera Escuela de Periodismo  
Instituto de la Comunicación e Imagen  
Universidad de Chile  
PRESENTE

A continuación le comunico a usted la evaluación de la tesis de título "**ESTADO DE LA MÚSICA POPULAR EN CHILE: DE LA CRISIS DEL DISCO AL FUTURO DE LA INDUSTRIA NACIONAL**" del estudiante *Felipe Gálvez Ravanal*:

ITEM	ASPECTOS CONSIDERADOS	%
1.1 <b>Problematización</b>	Planteamiento y contextualización del tema	10%
1.2 <b>Pertinencia</b>	Relevancia y originalidad de la investigación	15%
1.3 <b>Estrategia Metodológica</b>	Recolección de la información, datos y antecedentes.	20%
1.4 <b>Conclusiones</b>	Análisis e Interpretación de los hechos relevantes.	15%
1.5 <b>Estructura</b>	Orden narrativo, construcción del texto.	15%
1.6 <b>Presentación</b>	Calidad de la redacción, recursos estilísticos.	15%
1.7 <b>Recursos bibliográficos</b>	Materiales y textos utilizados.	10%

1.3	5,1	1,0
1.4	5,6	0,8
1.5	5,6	0,8
1.6	5,8	0,9
1.7	5,5	0,6
<b>Nota Final</b>	<b>5,7</b>	

Excelente 7.0–6.5; Muy Bueno 6.4–6.0; Bueno 5.9–5.0; Aceptable 4.9–4.0; Deficiente 3.9– 3.0.



## COMENTARIO

*La memoria del estudiante Felipe Gálvez es una primera aproximación al desarrollo de la industria musical chilena, a partir de las transformaciones de los soportes y los modelos de gestión post década de los noventa. Esta mirada panorámica permite reconocer cómo la irrupción de internet fue significativa en dicho campo y, al mismo tiempo, de qué manera esto implicó un desafío para la renovación de la escena artística chilena particularmente en el pop e indie nacional.*

*Este esfuerzo, sin embargo, se cumple parcialmente. La opción editorial del autor transita entre el ejercicio panorámico y generalista, y la prefiguración de un potencial público lector avezado en la crítica musical. Dicha tensión no se resuelve debido, justamente, a lo superficial del trabajo de reporteo, la escasa presencia de fuentes directas y, por extensión, de un abuso de información secundaria.*

*Aunque la redacción es adecuada y la estructura me parece pertinente, el texto presenta algunos vicios y errores estilísticos que le quitan originalidad a lo narrado. Tampoco hay inflexiones que permitan sostener la atención sistemática del lector, desaprovechando -a mi juicio- tanto el conocimiento musical del mismo estudiante como el trabajo de entrevistas, particularmente a nivel de las bandas nacionales.*

*Animo al estudiante a ahondar y seguir desarrollando su interés por la industria musical chilena. Como recomendación ampliaría el horizonte de "lo popular", esta vez, desde una perspectiva más crítica sobre las condiciones actuales de producción, creación y distribución musical.*

Atentamente,

  
José Miguel Labrín Elgueta

Santiago, 22 de septiembre de 2014





Prof. Raúl Rodríguez  
Jefe de Carrera  
Escuela de Periodismo  
Universidad de Chile  
PRESENTE

A continuación le comunico a usted la evaluación de la memoria de título **“Estado de la música popular en Chile: De la crisis del disco al futuro de la industria musical”** del estudiante **“Felipe Gálvez”**:

ITEM	ASPECTOS CONSIDERADOS	%
1.1 <b>Problematización</b>	Planteamiento y contextualización del tema	10%
1.2 <b>Pertinencia</b>	Relevancia y originalidad de la investigación	15%
1.3 <b>Estrategia Metodológica</b>	Recolección de la información, datos y antecedentes.	20%
1.4 <b>Conclusiones</b>	Análisis e Interpretación de los hechos relevantes.	15%
1.5 <b>Estructura</b>	Orden narrativo, construcción del texto.	15%
1.6 <b>Presentación</b>	Calidad de la redacción, recursos estilísticos.	15%
1.7 <b>Recursos bibliográficos</b>	Materiales y textos utilizados.	10%

Item	Nota	Valor
1.1	5.5	0.6
1.2	5.5	0.8
1.3	5.0	1.0
1.4	5.0	0.8
1.5	4.5	0.7
1.6	4.5	0.7
1.7	4.5	0.5
<b>Nota Final</b>		<b>4.9</b>

Excelente 7.0–6.5; Muy Bueno 6.4–6.0; Bueno 5.9–5.0; Aceptable 4.9–4.0; Deficiente 3.9–3.0.

## COMENTARIO

### Aspectos formales.

**La escritura del texto se presenta débil con varios errores de tipeo y redacción. Por mencionar dos ejemplos: el título del capítulo II tiene dos errores, uno de gramática y otro de tipeo. Mientras en la primera página de la bibliografía hay 5 errores. Esta “muestra” obliga a la revisión del texto antes de su empaste y**



**entrega final, pues no es aceptable que un estudiante que está en fase terminal para titularse de periodista ofrezca un texto deficiente en este sentido.**

**Así también ocurre con el uso de fuentes. Se ocupan en las primeras páginas las siglas IFPI o el "mencionado Napster" cuando recién se están empleando sin decir a qué refieren o qué significan exactamente. Si bien el reportaje periodístico no debe incorporar notas al pie, a menos que estemos entregando información complementaria, eso no debe entenderse como un uso inapropiado de las fuentes empleadas, sean propias o secundarias, según sea el caso.**

**Se echa de menos fotografías o infografías que permitan recordar/destacar las cifras o datos más relevantes, o en lo que refiere a la memoria de título a quienes fueron los músicos entrevistados.**

#### Contenido

**Hay un problema de entrada a la memoria de título que sería bueno despejar...qué entendemos por música popular. Si bien las clasificaciones, especialidades o distintos estilos de música ya no se ciñen necesariamente a los clásicas definiciones, en este caso, la música popular dice relación con los músicos chilenos jóvenes, más populares en la escena local. Es importante precisar esto, pues aterriza o clarifica cualquier expectativa de entrada.**

**El tema a todas luces es interesante, y en constante movimiento, sin embargo, el estudiante, pese a tener condiciones para lograr un texto de calidad, ofrece finalmente un trabajo desprolijo, poco estructurado, y poco eficiente en el uso de fuentes primarias o propias que tiene a su haber.**

**Lo mejor que describe el memorista es la relación entre la década del '90 y las transformaciones que provoca lo digital en el campo musical y de la industria, sin embargo, lo digital se encierra gran parte en sí mismo y no dialoga/no aterriza del todo a la industria local y a sus protagonistas. (revisar capítulo II, el que en este aspecto es bastante débil). Faltan entrevistas, horas de conversación, y aprovechar más las realizadas -la mayoría hace un año-. Se extraña Ana Tijoux, etc.**

**Hay un ejercicio que falta por resolver, al cual se hace referencia en algunos apartados de la memoria: la relación entre la producción musical, técnica y la audiencia/escuchas bajo estos nuevos soportes y las nuevas relaciones con los músicos. Esa "foto en movimiento" falta por completar.**

Atentamente,  
**Raúl Rodríguez Ortiz**

Santiago, septiembre 15 de 2015



Prof. Raúl Rodríguez O.  
Jefe de Carrera Escuela de Periodismo  
Instituto de la Comunicación e Imagen  
Universidad de Chile  
PRESENTE

A continuación le comunico a usted la evaluación de la tesis de título "ESTADO DE LA MÚSICA POPULAR EN CHILE: DE LA CRISIS DEL DISCO AL FUTURO DE LA INDUSTRIA NACIONAL" del / a estudiante "FELIPE GÁLVEZ RAVANAL":

ITEM	ASPECTOS CONSIDERADOS	%	
1.1	<b>Problematización</b>	Planteamiento y contextualización del tema	10%
1.2	<b>Pertinencia</b>	Relevancia y originalidad de la investigación	15%
1.3	<b>Estrategia Metodológica</b>	Recolección de la información, datos y antecedentes.	20%
1.4	<b>Conclusiones</b>	Análisis e Interpretación de los hechos relevantes.	15%
1.5	<b>Estructura</b>	Orden narrativo, construcción del texto.	15%
1.6	<b>Presentación</b>	Calidad de la redacción, recursos estilísticos.	15%
1.7	<b>Recursos bibliográficos</b>	Materiales y textos utilizados.	10%

Excelente 7.0–6.5; Muy Bueno  
Aceptable 4.9–4.0; Deficiente 3.9- 3.0.

Item	Nota	Valor
1.1	5,0	0,5
1.2	5,0	0,8
1.3	4,5	0,9
1.4	5,5	0,8
1.5	4,5	0,7
1.6	5,0	0,8
1.7	4,0	0,4
<b>Nota Final</b>		<b>4,8</b>

6.4–6.0; Bueno 5.9–5.0;

### COMENTARIO

Estimado Felipe. Me gustaría explicarte la nota que te he otorgado en tu memoria escrita y que puede ser perfectible en la presentación oral ante la comisión.



Creo que la investigación es muy pertinente y también innovadora y arroja luces hacia dónde va el mercado musical y la digitalización de nuestra vida completa.

Creo también que has cometido errores importantes dentro de la memoria y en cosas esenciales del periodismo, te paso a detallar algunas:

1.- Atribuyes datos como los resultados de la Feria del Disco sin citar la fuente de donde lo obtuviste

2.- Al principio del texto te refieres a la IFPI y bien avanzado el texto recién das cuenta de qué significa esa sigla

3.- Hablas de Rodrigo de la Fuente, gerente de la Compañía? Qué compañía? (página 9)

4.- presentas a secas a Fonceca, el manager de Los Prisioneros, debes presentarlo como Carlos Fonceca, este mismo error lo cometes cuando sólo pones el nombre de pila de Oscar Saavedra "para Óscar ..."

5.- de dónde sacas las citas de Fonceca cuando habla de lo que se necesita vender para "vivir de la música"? ¿de dónde sacas los datos de Óscar Saavedra sobre la prensa chilena o los de Marcelo Filippi?. Nunca das crédito de esas citas

6.- No identificas quién es el director de Portal Disc

7.- Cuando hablas de los grupos chilenos que no logran sobrevivir con el dinero que ganan por las ventas de los discos, nombras a PROTISTAS mi pregunta es ¿por qué usar citas que se las dieron a otros medios y no reportearlo tú mismo o alguno de los grupos?

8.- De dónde sacas los datos de la recaudación de la SCD...son públicos, algún medio, en tu reporte?

9.- Creo que a la memoria le faltó mucho reporte, te basaste en muchas notas de prensa y no en trabajo en terreno.

10.- debes recordar que siempre que escribimos un reportaje debemos hacerlo pensando en quien nos lee. La persona que lo haga no tiene por qué conocer términos como música "Indie".

En cuanto a lo bueno del trabajo, creo que desde el segundo capítulo se lee fácil, es de una pluma ágil y tiene interesantes análisis sobre el futuro de la música y la era digital.

Algunas preguntas que podrías resolver en la presentación:

- qué viene para la música digital, nuevos formatos y cómo se viene el negocio

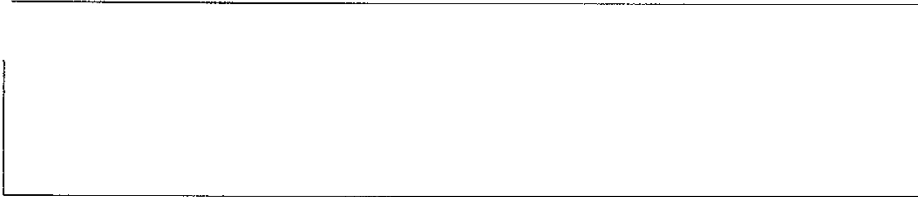
- el formato del vinilo se va a mantener o es sólo una moda, por qué el CD no podría ser coleccionable

- en una parte de la memoria hablas de los cuestionamientos que se le hacen a los músicos por no tener posiciones políticas ante ciertos temas...por qué se le debe exigir a los músicos una postura ante hechos sociales si ellos viven en una sociedad que no está politizada o por lo menos, se ha buscado despolitizarla?



**UNIVERSIDAD DE CHILE**  
Instituto de la Comunicación e Imagen

**Informe de Memoria**



Atentamente,

*Marcelo Alvarado M.*  
**MARCELO ALVARADO MORAGA**

Santiago, 18 de agosto de 2015

