

Universidad de Chile  
Facultad de Arquitectura y Urbanismo  
Escuela de Diseño

# FUNDECRÁNEOS



"FUNDECRÁNEOS.cl: Diseño de netlabel sustentable. Capital cultural y libre acceso en el ámbito de la música independiente en Chile."

Autor: Danilo Neira Pino  
Profesor Guía: Cristián Gómez Moya



# CONTENIDO

Introducción	3	<b>Capítulo III: Procomún</b>	<b>37</b>
<b>Antecedentes</b>	<b>5</b>	Creative Commons	40
Diagrama de Sistema	7	Nuevos Horizontes	42
Planteamiento del Problema	8	<b>Capítulo IV: Propiedad Intelectual en Chile</b>	<b>43</b>
Objetivo General	14	Sociedad Chilena del Derechos de Autor	44
Objetivos Específicos	14	ONG Derechos Digitales	45
Preguntas de Investigación	15	Creative Commons Chile	46
Justificación de la Investigación	15	Netlabels	47
Tipo de Investigación	19	<b>Capítulo V: Diseño e Internet</b>	<b>48</b>
<b>Marco Teórico</b>	<b>22</b>	Herramientas del Diseño Web	49
<b>Capítulo I: Propiedad Intelectual</b>	<b>22</b>	Web 2.0	51
Propiedad Intelectual y Tecnología	24	Blogs	53
Copiar y Pegar	25	Wikis	54
Copiar y Crear	27	Redes Sociales	55
Cultura Libre	29	Folksonomía	56
<b>Capítulo II: Internet</b>	<b>31</b>	<b>Capítulo VI: Gestión del Conocimiento</b>	<b>59</b>
Música e Internet	32	Acceso Libre y la Gestión del Conocimiento	61
Napster	33	<b>Capítulo VII: Industrias Creativas</b>	<b>62</b>
Copyleft	34	Talento y clase creativa	65

Políticas Culturales en Chile, La Música	66		
<b>Capítulo VIII: Música Independiente</b>	<b>68</b>		
Stoner Rock Chileno	69		
<b>Clasificación de Fuentes</b>	<b>72</b>		
<b>Metodología de Investigación</b>	<b>84</b>		
Enfoque de Investigación	84		
Dimensiones Cualitativa y Cuantitativa	86		
Estrategias de Proximidad	87		
Definición de Organismo Validador	89		
Grupos de Interés	90		
Delimitación de usuario	92		
Marco Demográfico	93		
Marco Psicográfico	97		
Variables Endógenas	97		
Variables Exógenas	100		
Tipologías	101		
Tipologías Directas	102		
Tipologías Indirectas	108		
Conclusiones Preliminares	110		
		<b>Proyección</b>	<b>113</b>
		Planteamiento del Problema de Diseño	115
		Justificación de la Solución de Diseño	117
		Definición de Códigos Visuales	119
		Branding	124
		Conceptualización	128
		Desarrollo del Código Visual	132
		Definición de Estrategia Tecnológica	141
		Plan de Desarrollo Sustentable	146
		Desarrollo de Análisis Cualitativo	170
		<b>Realización</b>	<b>179</b>
		Desarrollo de Prototipo Final	181
		Plataforma Web	181
		Productos	194
		Presupuesto	205
		Conclusiones	205
		Bibliografía	208
		Anexos	211

# FUNDECRÁNEOS

“FUNDECRÁNEOS.cl: Diseño de netlabel sustentable. Capital cultural y libre acceso en el ámbito de la música independiente en Chile.”

## Introducción

La situación en la que se encuentran los artistas musicales independientes chilenos en términos de difusión y promoción es desfavorable. Esto debido, en gran medida, a restricciones sujetas al marco legal de la propiedad intelectual, que no permite una libre difusión, dejando a la industria musical a merced de los grandes sellos discográficos.

Iniciativas internacionales que apuntan por un libre acceso y una sociedad a favor del procomún pueden ser la respuesta que necesitan estas comunidades creativas. Iniciativas como la Free Software Foundation (FSF) y Creative Commons (CC) plantean una sociedad con menos restricciones en pos de una creatividad colectiva que genere beneficios para todos.

Este proyecto busca experimentar con la visión de estas iniciativas en conjunto con las herramientas del diseño y la tecnología para favorecer el crecimiento de una comunidad creativa que ha

surgido gracias al talento de sus integrantes. Me refiero a las bandas de Stoner Rock nacional.

Las nuevas ideas que han surgido para integrar a la clase creativa en el desarrollo económico serán una guía para lograr el desarrollo sustentable de un sistema de difusión. Las industrias creativas en Chile se encuentran en una etapa temprana, sólo hace un año el Gobierno de Chile tomó conciencia de este fenómeno y formó el Comité de Industrias Creativas del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes abriendo nuevas oportunidades para el surgimiento de nuevos proyectos.

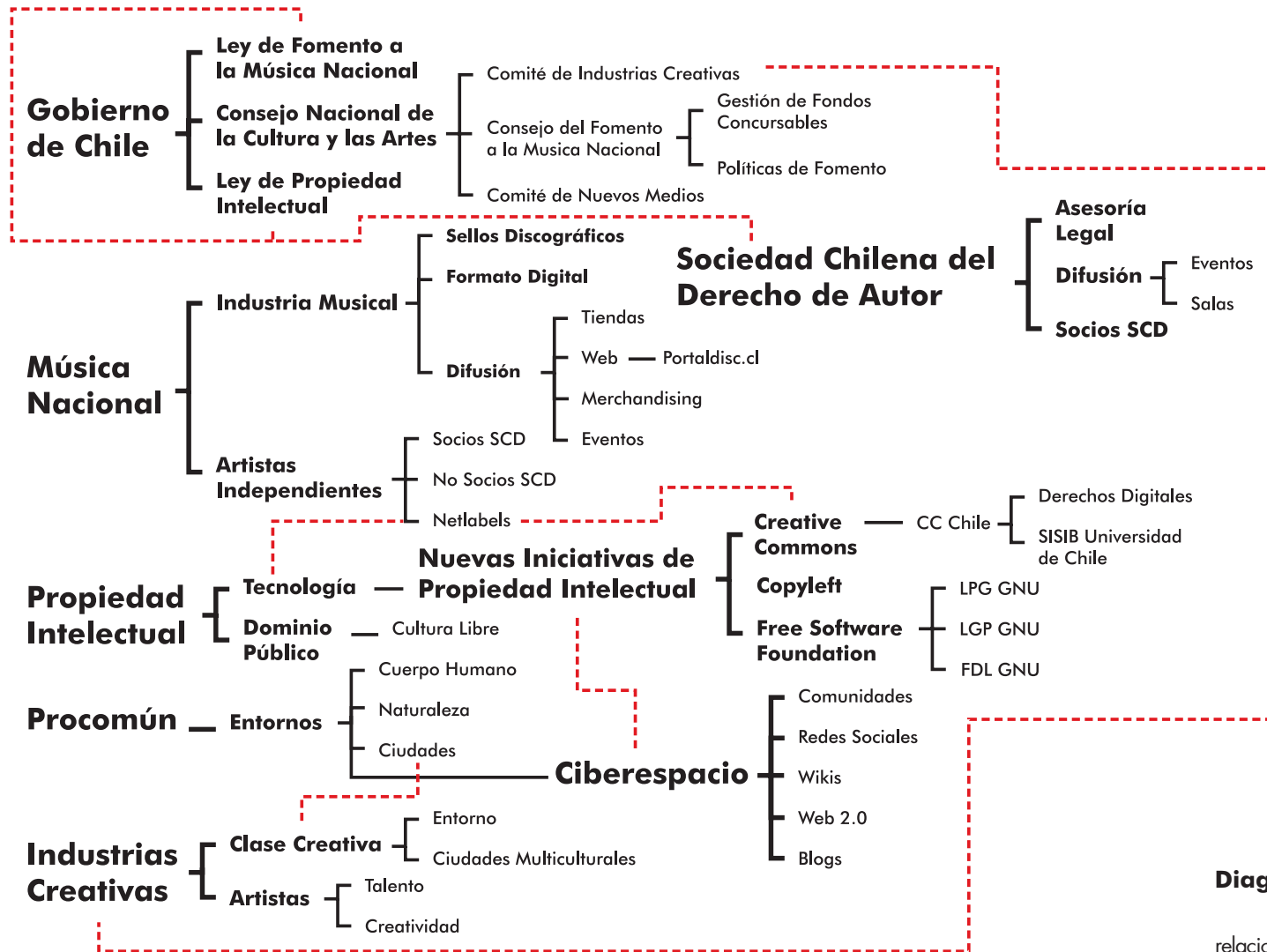


**ANTECEDENTES**





# ESTRUCTURACIÓN DEL PROBLEMA



**Diagrama de Sistema**

Contexto y variables relacionados con el problema.

## **Planteamiento del Problema**

Si bien existen espacios para los nuevos artistas, con nuevas ideas y conceptos creativos, estos se ven sofocados por la imperante posición de la industria, la cual en este momento prefiere no arriesgarse, por lo que domina un espíritu comercial por sobre un espíritu creativo, resultando en una competencia por ventas y contratos lo que genera música según la necesidad del mercado. Hoy en día existen mayores posibilidades de grabar discos que hace 20 años, no sólo gracias a las nuevas tecnologías, sino también por el surgimiento de carreras universitarias y técnicas que se dirigen a este sector productivo. Pero sin el poder de producción y difusión de la industria musical es muy difícil poder tener un espacio para ser escuchado.

Desde hace algunos años Internet ha probado ser una herramienta eficaz para el mundo de la música en términos de difusión. En términos de la industria, para el año 2009 la venta de música digital alcanzaba un tercio de las

ventas totales y según la agencia de investigación Forrester Research ("US Music Forecast 2009 to 2014", 2010) para el año 2012 las ventas que se generen a través Internet serán mayores que las ventas de discos físicos, por lo que se está generando un cambio mayor dentro de la industria. Para los artistas musicales se ha comportado como un nuevo medio, una nueva forma de comunicación con el público. No tan solo los artistas que tienen contratos con grandes sellos se pueden ver beneficiados con esta herramienta, para los músicos independientes Internet se ha convertido en el espacio para lograr exponer su obra. Las afiliaciones más importantes de músicos independientes en Internet son los netlabels, estos son sellos discográficos que distribuyen la música de sus artistas asociados a través de portales Web.

Ahora la problemática que existe en torno a la descarga de música desde Internet no es menor, me refiero a la piratería o descargas ilegales. Desde el escándalo Napster en el 2001 se ha puesto en el tapete este tema, ¿cómo es tan fácil que los archivos de música digital se vean copiados y

distribuidos sin el consentimiento del artista o del sello que los representa?. Esta problemática no ha tenido solución desde aquellos días, y por supuesto que este comportamiento es ilegal, lo que me lleva a presentar un nuevo factor en esta ecuación, los derechos de autor.

En Chile los derechos del autor sobre su obra están protegidos por la Ley N 17.336 Sobre Propiedad Intelectual, que en simples términos protege la paternidad, el aprovechamiento y la integridad de la obra. La Sociedad Chilena del Derecho de Autor (SCD) es un organismo encargado de velar por las obras musicales de sus artistas asociados. La SCD es un organismo con tono sindical que posee el poder jurídico, otorgado por el Ministerio de Justicia, para realizar la gestión colectiva de los derechos de autor y conexos de los autores, compositores, artistas, intérpretes y ejecutantes. Para obtener el respaldo de la SCD, como autor debes ser socio e inscribir tu obra, la cual pasará a estar protegida por la Ley Sobre la Propiedad Intelectual. Para la distribución de la música la SCD cuenta con distintos tipos de

licencias, e incluso cuentan con licencias para la distribución de la obra en Internet. Si bien podemos observar que la SCD tiene este aspecto completamente cubierto, para los artistas independientes no son tantas las ventajas que se les provee, su obra cuenta con protección para no ser explotada por terceros, ésta pasa a estar en “posesión” de la SCD ya que las ganancias que la obra obtenga a través de los pagos de las licencias va hacia la sociedad la que luego se encarga de distribuir las ganancias con los artistas asociados, claro teniendo en cuenta que existe un porcentaje para la SCD por temas de representación y el resto para el autor de la obra, suponiendo que se trata de un artista independiente (Sociedad Chilena del Derecho de Autor, s.f.).

Como mencioné anteriormente, es el artista independiente el que tiene mayores problemas para exponer su obra y por supuesto para vivir de ésta. Como podemos observar con respecto a los derechos de autoría la SCD puede ser una vía, pero claro tiene un costo y no asegura un lugar dentro de la escena musical chilena. Con aparición

de los netlabels en Chile hace un par de años, los artistas independientes cuentan con un espacio y con una nueva vía de proteger su obra, Creative Commons (CC). Los netlabels funcionan como sellos discográficos a través de portales web, pero la gran ventaja es que resguardan las obras de sus artistas asociados a estas a través de CC.

Pero ¿Qué es Creative Commons y por qué sería una ventaja para los músicos independientes? CC es una ONG que desarrolla planes para ayudar a reducir las barreras legales entorno a la creatividad, a través de una nueva legislación y nuevas tecnologías. Actualmente cuenta con 28 países asociados, entre ellos Chile a través del Sistema de Servicios de Información y Bibliotecas (SISIB) de la Universidad de Chile y la ONG Derechos Digitales.

Ahora, la ventaja que CC genera para los artistas independientes viene de la mano de las licencias que esta provee a través de su nuevo tipo de legislación. Estas licencias son (Creative Commons Chile, "tipos de licencias", s.f.):

- Reconocimiento (BY): El beneficiario de la licencia tiene

el derecho de copiar, distribuir, exhibir y representar la obra y hacer obras derivadas siempre y cuando reconozca y cite la obra de la forma especificada por el autor o el licenciante.

- Non-commercial, No comercial (NC): El beneficiario de la licencia tiene el derecho de copiar, distribuir, exhibir y representar la obra y hacer obras derivadas para fines no comerciales.

- Non-derivative, Sin obras derivadas (ND): El beneficiario de la licencia solamente tiene el derecho de copiar, distribuir, exhibir y representar copias literales de la obra y no tiene el derecho de producir obras derivadas.

- Share-alike, Compartir bajo la misma licencia (SA): El beneficiario de la licencia tiene el derecho de distribuir obras derivadas bajo una licencia idéntica a la licencia que regula la obra original.

Estas licencias otorgan total control legal sobre las obras. Los netlabels operan con las licencias CC, éstas eligen

una combinación de licencias para las obras que exponen en sus portales Web.

Hasta ahora CC parece ser la herramienta ideal para que los artistas independientes puedan contar con un espacio. El problema yace en la poca difusión con la que cuentan los netlabels, no hay punto de competencia con los grandes sellos, además de la pobre construcción de las Web con las que cuentan, basándose sencillamente en una arquitectura de la información brindada por blogs.

¿Qué pasaría si tuviéramos todas las ventajas que brinda un netlabel en términos legales, es decir CC, y las asociásemos a la nueva forma de comunicación que han significado las redes sociales en Internet estos últimos años, para los artistas chilenos? MySpace fue la red social que primero contó con un perfil especializado para artistas musicales, teniendo un gran impacto a la hora de compartir las obras que los artistas exponían en éste, de hecho hasta ahora sigue siendo elegida por artistas independientes gracias a esta herramienta. El problema de MySpace es que no se cuenta con el respaldo

legal tras la obra, pero deja ver todo el potencial que una red social puede brindar al mundo de la música, a través de su herramienta de seguidores, artistas amigos e influencias musicales, y contando con una arquitectura de la información que va más acorde con los requerimientos del usuario que la desplegada por los netlabels.

Dentro del marco de las licencias libres podemos observar cómo funciona este concepto en relación con la evolución que tienen los elementos que se ven atados a ellas. Tomando el caso de la licencia de software libre podemos ver que no sólo se fomenta el uso de forma cuantitativa, sino también se fomenta el uso de los códigos de software introduciendo mejoras para estos, fomentando el uso cualitativo de estas mismas herramientas (Bollier, 2003). De esta misma forma el diseño de una red social enfocada al mundo musical puede realizar un aporte similar en la creación musical. Conceptos como la influencia musical, pueden tener un papel más activo en un ambiente en que la retroalimentación es el punto clave, al igual que el aporte

que pueden realizar los seguidores de los artistas, llegando a una creación musical que no solo se vería en un estado más acabado, sino también que iría más acorde con el uso de las licencias libres y las posibilidades que estas pueden brindar. Podemos ver como el concepto de la influencia musical ha sido aplicado en el diseño de la red social MySpace, pero claro con un rol más estático donde los usuarios pueden definir sus influencias para que estas luego sean observadas por los otros usuarios, siempre dentro del perfil musical que provee esta plataforma.

El diseño en el mercado de la música, desde un principio, ha tenido un rol trascendental para que éste pueda funcionar, la difusión, el enlace entre el artista y su fan. Si este enlace no existiera, poco habría en el mercado de la música. Pero a pesar de tener este rol trascendental no existía una intervención dentro del proceso creativo. Ya teniendo un rol más activo en la creación musical, gracias a las herramientas que brinda el código del ciberespacio y Creative Commons, el diseño pasaría a potenciar la música, llevando un paso más

allá su relación con la música, llegando a ser un promotor de valores culturales como generador de un desarrollo creativo, tal vez hasta de una nueva forma realizar música.

Desplegar y fomentar la descarga gratuita de las obras es beneficioso para los artistas en el ámbito de la difusión, pero esto aún no soluciona el problema de la profesionalización de los artistas. Las industrias creativas han llegado para solucionar este punto. Por una parte existe el talento del artista el cual lo puede llevar a hacer cosas increíbles para sacarlo a la luz, pero esto genera poca retribución económica para él por lo alinearse con un gran sello discográfico sería lo mejor.

¿Qué tal si podemos difundir este talento y generar una industria su alrededor para hacerlo sustentable? De esto se tratan las industrias creativas. Su principal input es el talento y su negocio es la explotación de la propiedad intelectual. En Chile se cuenta con un Departamento de Industrias Creativas desde el año 2011 y su principal funcionamiento depende del Concejo de la Cultura y las Artes junto con los servicios y

ayudas que presta CORFO para el fomento de la cultura.

En definitiva nos encontramos con un problema que se plantea en tres focos. Por un lado tenemos la poca difusión con la que cuentan los artistas independientes. Por otro lado está la centralización cultural que afecta principalmente a los artistas de regiones. Y finalmente se encuentra el problema de la poca sustentabilidad a la que pueden optar los músicos independientes.

La solución a este problema se proyectará a través de las industrias creativas planteando el diseño de un netlabel sustentable cuyo foco serán artistas musicales de regiones. A través de la planificación de alternativas sustentables, que involucrarían la venta de merchandising y la realización de eventos, se proyecta un sistema que perdure en el tiempo y pueda garantizar la difusión de los artistas independientes a través de todo el país

## Objetivo General

Promover y difundir música chilena independiente por medio del diseño de un netlabel cuyo sistema sustentable y descentralizado organice la preservación y la descarga de contenidos vía online.

## Objetivos Específicos

- Difundir bases de datos de música independiente.
- Reglamentar el uso de la descarga libre.
- Promover el uso de recursos musicales compartidos.
- Fomentar el modelo procomún de acceso a la información.
- Desarrollar valor intangible.
- Desplegar un plan de desarrollo sustentable.

## Objetivos procedimentales

- Analizar el alcance de iniciativas dedicadas a un acceso libre, como Free Software Foundation, Copyleft y Creative Commons.
- Analizar el marco legal en el que existen las iniciativas anteriores.
- Evaluar el impacto de la ley de Propiedad Intelectual en el ambiente musical chileno. Cuáles son sus alcances y sus limitaciones.
- Establecer un marco legal que sea compatible con el objetivo, el contexto legal nacional y el que existe en Internet.
- Analizar alternativas que existen en la actualidad. Cuáles son las herramientas que utilizan para gestionar su contenido.
- Analizar servicios Web 2.0, su forma de actuar y cuál es su relación con la experiencia del usuario online.
- Analizar el surgimiento de las industrias creativas en Chile.



## **Preguntas de Investigación**

¿Qué implicancias tiene el valor intangible y el capital cognitivo en el marco del diseño de interfaces?

¿Cómo el diseño puede afectar el crecimiento de una cultura que está marcada por restricciones de un acceso libre?

¿Existen vías mediante las cuales el diseño pueda tomar parte en la construcción, protección y difusión de la cultura y de las industrias creativas?

¿En qué aspectos concretos del mercado del software libre el diseño interviene como política cultural de bienes intangibles?

¿Cuál es el rol del diseño en la relación entre valor de uso y valor de cambio en el mercado del software libre?

¿Es la Ley de Propiedad Intelectual, tal como es en este momento, una respuesta correcta cuando se quiere proteger la integridad cultural de una sociedad?

## **Justificación de la Investigación**

En estos momentos nos encontramos en una cultura del permiso, donde la capacidad creativa de los individuos que componen la sociedad se ve coartada por restricciones impuestas a los accesos de la misma cultura. Las leyes de propiedad intelectual se han convertido en una barrera para la cultura más que una protección, que era lo que se pretendía en sus inicios.

Los avances en la tecnología son los que han permitido tales cambios. Estos avances por un lado nos dan la libertad de crear en nuevas y distintas formas, pero también pueden atentar contra lo que pertenece a todos. Cambios tecnológicos que hoy en día podemos ver ligados a la construcción de una cultura común. Por un lado se ha proveído a los individuos nuevas herramientas para crear, para comunicarse, para construir, y por otro lado se están utilizando estas mismas herramientas para restringirnos y apropiarse de contenidos que nos pertenecen a todos, contenidos de dominio público.

Esta apropiación se está haciendo de manera "legal". Un ejemplo de esto es lo realizado por Disney. Sus primeras historias animadas, como Blanca Nieves, la Bella Durmiente y muchas otras eran sacadas directamente del folclor europeo, es decir, que son historias que pertenecen al dominio público. Bueno, Disney tomó estas historias de manera gratis y legal, las adaptó con lo último en tecnología de animación en aquella época y las lanzó al público. Lo que sucede ahora es que para tomar imágenes o partes de las animaciones de estas historias se debe pagar por los derechos a Disney. Lo que quiero exponer en este caso es, primero, como se están privatizando contenidos que nos pertenecen a todos, lo segundo es el concepto de copia. Copiar para las grandes empresas es en este momento piratear (Txema, 2010), es apropiarse de las ideas de otros. Entonces ¿está bien para Disney copiar contenidos de dominio público, sin tener que pagar a nadie, pero está mal para nosotros copiar sus imágenes o animaciones? Copiar es la base de lo que somos, como humanos biológicamente, culturalmente, de la forma en

que se vea. La copia está en casi todo, sino en todo, los que hacemos. En el colegio no se nos permitía copiar a nuestros compañeros, pero si no copiábamos al profesor te iba mal. No quiero llegar a determinar una ética de la copia, como deberíamos copiar, que deberíamos copiar, etc. no es el fin de esta investigación, lo que quiero es exponer lo importante que el acto de copiar en nuestras vidas y como se nos está haciendo ver este acto como algo bárbaro e ilegal, pero que en realidad afecta de manera directa el proceso creativo.

Como mencioné, y expondré más adelante, la copia es cultura, de que otra forma podríamos citar los escritos de Platón o podríamos ver obras de arte reconocidas mundialmente sin tener que viajar a Francia o Italia. Es precisamente en este proceso de copia en donde se producen pequeñas variaciones, donde el producto es la creación (Rodríguez, 2010)<sup>1</sup>. Existe un término que normalmente es confundido

---

<sup>1</sup> Rodríguez, Emmanuel. Director de la editorial Traficantes de Sueños, dedicada a la publicación de libros con versiones descargables con licencias CC.

con la copia, el plagio. El plagio es tomar la obra de otro y atribuirla como propia. En gran parte de las discusiones donde se habla de la copia como un acto criminal, se está hablando en realidad de plagio. La copia permite creación, pero se nos está haciendo creer que no es así. Hasta antes de que existiera el primer registro de una ley de propiedad intelectual copiar no era un problema, a mi parecer todavía no lo es, copiar no es el problema, el problema es la comprensión de lo que esto en realidad significa.

Las grandes empresas, corporaciones, individuos o gigantes, como se refiere Lessig<sup>2</sup> (2006) a estos, con la ayuda de las leyes, se están haciendo propietarios de la cultura, y algo más dañino aún, propietarios de la industria creativa. Al imponer barreras a los contenidos, al restringir los accesos, lo único que se logra es estancar los procesos del conocimiento y los procesos creativos. No existe algo más tóxico para la cultura, que el hecho que sólo unos pocos tengan poder sobre ella.

Dentro de un marco global la música se encuentra en esta situación. En estos momentos son las grandes discográficas las que tienen el poder sobre la distribución y las ventas de la música en Chile. Gran parte de los artistas están a merced del mercado para poder tener su música en venta, lo cual es muy fluctuante. En estos momentos, según cifras, gran cantidad de los discos que son lanzados, probablemente se verán discontinuados en solo un par de años. Y esto ocurre con artistas que tienen "éxito", que tienen un contrato para poder grabar y sacar su música al público. Pero ¿qué es lo que queda para el resto? Los artistas independientes forman gran parte del repertorio musical que podemos encontrar en las distintas ciudades de Chile. Repertorio musical que se escucha en vivo. Tocatas y fiestas son las que mantienen a estos artistas conectados con el público, son su medio de difusión, donde los afiches y flyers son parte de cada fin de semana. Artistas que difícilmente podrán ser escuchados a través de las radios. Artistas que ven en Internet una forma viable y segura de promoción. A través de sitios específicos, como

---

2 Lawrence Lessig. Gestor de Creative Commons.

MySpace o Soundcloud promocionan sus creaciones y las dan a conocer a otros artistas y, por supuesto, al público. Creative Commons ha sido también una respuesta a las condiciones en la que estos artistas trabajan. Como una herramienta, los artistas han utilizado las licencias para crear una forma de promoción. Los netlabels, como los sellos discográficos, ponen a disposición del público las obras de los artistas que estas representan, pero estas utilizan las licencias Creative Commons para proteger y manejar las obras de forma legal, y más importante aún aprovechando las posibilidades que dan las licencias, en términos de promoción. En Chile existen hace un par de años, teniendo como plataforma las que son ofrecidas por servidores de blogs, como blogger.com, wordpress.com, etc. Con una arquitectura de la información a la que está acostumbrado el usuario, pero con posibilidades limitadas. Los artistas tienen en los netlabels una posibilidad de expansión, como artistas esto significa la promoción de su obra, pero como participantes activos de una industria creativa los netlabels como plataformas no son una

respuesta completa a una búsqueda por una cultura de libre acceso o la posibilidad de sustentabilidad para los artistas.

Los netlabels son un gran avance en materia del libre acceso, pero lo que pretende este proyecto es facilitar las herramientas para la creación de una plataforma que no solo permita un libre acceso, sino también que sea un aporte para la difusión de la cultura. Utilizando la gestión del conocimiento como una herramienta de diseño se puede permitir no solo un libre acceso, sino una escalada a favor de la creatividad, en conjunto con el desarrollo una industria que brinde retribución y apueste por la profesionalización de los artistas.

Este proyecto contempla la formación de una industria creativa para lograr la sustentabilidad del mismo. Tomando el talento y la creatividad de los artistas, con el diseño de un netlabel, se pretende sostener el proyecto a través de la generación de merchandising y aumentando la posibilidad de participación en espectáculos dentro del marco de difusión planteado para las bandas. Apuntando por una descentralización cultural se trabajará con artistas regionales

brindando mayor apoyo al crecimiento cultural y económico de las regiones.

### **Tipo de Investigación**

La investigación a realizar es de tipo exploratorio y proyectual. En estos momentos existe documentación acerca del procomún y su relación con Internet. También acerca de la variable legal del proyecto, es decir cómo se han visto afectadas las leyes de propiedad intelectual con la aparición de nuevas tecnologías, en especial Internet y el mundo de la música, con casos internacionalmente conocidos, como lo fue Napster. El sistema de licencias Creative Commons se está haciendo muy popular sobre todo en el área de la música, con iniciativas muy interesantes como los netlabels, que utilizan estas licencias a favor de la promoción de los artistas que están asociados a estas. Pero gran parte de esta documentación (libros, tesis, casos) es internacional. Es muy importante el hecho que estamos lidiando con un tema que está alcanzando un gran volumen a nivel global, por lo que encontrar iniciativas de

este tipo, en Chile es muy difícil, de hecho me aventuraría a decir que no existen. Los netlabels son un caso especial, están basadas en un sistema que viene del extranjero, lo que se hizo en Chile fue implementarlas, la adaptación de las licencias CC fueron muy oportunas en las fechas (2004 - 2005), pero una iniciativa completamente adaptada a nuestra sociedad no ha surgido. El contexto chileno es distinto a los contextos internacionales, sobre todo si estamos hablando que gran parte de la información, documentación, casos, etc. viene de EE.UU. donde las leyes de propiedad intelectual son distintas. No podríamos pretender iniciar un movimiento como la FSF en Chile, no por capacidades, sino porque el sistema social y productivo es distinto, materias como la tecnología son más escasas en nuestro país.

Los netlabels han funcionado bien en Chile, han logrado tener un espacio dentro de la industria cultural, esto se debe en gran medida a la calidad de los artistas chilenos, debemos recordar que gran parte de esta industria pasa por la creatividad y el talento de los artistas, sobre todo si se está

valiendo en un sistema de promoción que es considerado sólo un hobby. Creo que es un buen punto de partida para lo que quiero realizar con este proyecto, generar un espacio para la difusión de obras y la integración de un género musical específico para el diseño de merchandising y la producción de eventos, lo cuales logran al fin y al cabo la sustentabilidad del proyecto.

Volviendo al tipo de estudio. Se tratará también de un estudio descriptivo, ya que se analizará el fenómeno del procomún en comunidades, músicos profesionales, músicos aficionados, comunidades online y offline. El usuario es una de las variables más importantes, sino la más importante, ya que través de éste es que el proyecto funcionará, es decir, que el diseño de un sistema de organización de contenidos para compartir no funcionaría sin un análisis detallado de las variables endógenas y exógenas del usuario.

Estamos hablando de un sistema que apunta a infundir el procomún en los usuarios. Compartir es lo que nos ha llevado, como individuos, a crear sociedades en las

cuales vivimos, pero lo olvidamos debido, posiblemente, a que se vuelve una rutina y junto con un sistema comercial que apunta a la competencia, el compartir se vuelve menos y menos importante. Internet nos ha abierto los ojos nuevamente, donde los usuarios, en este momento, desean contenido, contenido abierto de acceso libre, siguiendo con el paradigma de Internet y el free software. Es muy importante comprender el alcance que tiene el concepto del procomún dentro de la sociedad chilena, sobre todo en la comunidad artística chilena, cuya opinión es de vital importancia si queremos apuntar a una cultura de libre acceso.



# MARCO TEÓRICO

## Capítulo I: Propiedad Intelectual

Primero que todo necesito explicar el concepto de la propiedad intelectual. La propiedad intelectual es una clase de propiedad y es en parte así como la ley lo observa, como una propiedad que corresponde a un dueño específico. Pero como expone Lawrence Lessig, gestor de Creative Commons, en el libro *El Código 2.0*(2009)<sup>3</sup>, existe una diferencia radical entre una propiedad material o física y la propiedad intelectual. Me compro una manzana para poder comerla y otra persona la toma y se la come, entonces yo ya no podré comerla, existe una consecuencia absolutamente directa con respecto a mi persona cuando otra persona toma mi propiedad y la usa. Pero si yo tengo una idea y se la digo a otra persona, yo seguiré teniendo la misma idea y si otra persona le dice otra idea a esa misma persona, esta persona tendrá dos ideas y el hecho que sean distintas o similares da absolutamente igual, debido a que no son rivales, sobre el hecho que esta persona

tendrá ambas ideas sean puntos diferentes o no. Éste es clave para comprender el resto de estas páginas, yo nunca perderé mi idea y mi idea no es rival de otra idea. Siempre tengo la posibilidad de no exponer mi idea por lo que sólo estará en mi poder (no se cual será el fin de hacer esto). Habiendo dicho esto expondré la creación la Ley de la Propiedad Intelectual y el contexto en el que ésta se situó.

La ley de propiedad intelectual nació en Inglaterra en el siglo VII para acabar con la competencia desleal y el monopolio que existía entre los editores de libros en aquella época. La ley nació en un contexto de mercado, para poder regular los precios de los libros, la Cámara de los Lords decidió aplicar esta ley que permitía una LIBRE competencia entre los editores para que de esta manera la gente pudiera acceder a la cultura. Debemos notar que existen al menos dos puntos muy importantes, el primero es que la ley de propiedad intelectual no fue creada a favor de los dueños o autores de las obras en cuestión, sino que fue creada para el público, claro concediendo el hecho que los autores o los

---

3 Esta es una idea que se trata en los primeros tres capítulos.



dueños de estas obras poseían poder sobre esta. Y el segundo punto es que esta ley imponía un plazo de expiración de este poder que tiene el autor o dueño de la obra. Es cierto, debo dejar en claro que no siempre el autor era (ni es) el dueño de la obra, esto lo podemos ver hoy en día donde, por ejemplo, son las grandes empresas discográficas son las dueñas de las canciones y existe una regulación distinta para el dueño de la obra y otra para el compositor. Es así como las personas que crearon esta ley podían en realidad ver el daño que puede producir que una persona tenga todo el poder sobre una obra para la cultura y la sociedad (Lessig, 2006 p.104).

¿Qué sucedía con la obra cuando este plazo expiraba? La obra pasaba a ser parte del Dominio Público, esto significa que cualquier persona podía, en este caso, editar e imprimir la obra. Algunas personas podrían horrorizarse al leer esto, hay personas que comprenden esto, y hay personas que comprenden aún más cuando escribo que este plazo era de solo 14 años. En esa época, estos 14 años era un largo periodo

de tiempo, ahora algunos les parece una miseria y gozan de la "propiedad" de su idea durante toda su vida y en algunos casos también la vida de su descendencia.

El punto que quiero probar con este trozo de historia, es dejar en claro los verdaderos protagonistas de este concepto que denominamos propiedad intelectual y como la ley podía verlo claramente. Esta ley no nació como un afán de darle a la gente lo que les pertenece, como algunos proclaman por "derecho", sino que nació como una iniciativa para cuidar de la cultura y que esta fuese accesible para las personas. ¿Dónde se perdió este camino? fue tal vez cuando se empezaron a extender los plazos sobre este derecho, o tal vez cuando sólo unos pocos tomaron el control del mercado, la verdad creo que esta última. Ahora podemos ver como son unos pocos los que tienen el poder sobre los generadores de contenido, donde grandes cadenas internacionales tienen los canales de televisión, los periódicos, las radios y llevan a las personas a juicios por ocupar este contenido, y así son estos gigantes los que se encargan de ser los únicos generadores de contenido.

### **1.1 La Propiedad Intelectual y la Tecnología**

A través del tiempo hemos observado, con la aparición de distintas tecnologías, como las cosas pueden ir cambiando para el beneficio de la sociedad y las personas que la componen, pero también existen casos que nos pueden hacer perder las esperanzas de que esto suceda así realmente. Este fue el caso de Edwin Armstrong, creador de la radio FM (Frecuencia Modulada). La radio FM fue un avance magnífico en lo que son las comunicaciones. Antes de su aparición se podían encontrar cientos de radios en solo un espacio del dial y si lograbas captar bien una esta sonaba con una muy baja calidad. Ahora el invento de Armstrong cambiaba esto, pero que es lo que sucedió, por que encontramos hoy en día las radios AM y FM por separado si debieran ocupar una misma frecuencia. Bueno en aquella época la empresa que dominaba este mercado de la radiodifusión era RCA, precisamente Armstrong trabajaba para RCA, y fueron ellos los que le pidieron que mejorara la calidad de la señal de radio, pero nunca imaginaron que éste pusiera una nueva

tecnología en su juego. RCA hizo todo lo posible para que el invento de Armstrong no tuviera éxito, incluso haciendo uso de su poder con personas del gobierno de Estados Unidos, teniendo el poder de este mercado no fue muy difícil. Cuando ya la tecnología FM fue instaurada como estándar en la radio, las patentes quedaron sin valor y RCA evitó pagarle derechos a Armstrong por su invención. Cuando las patentes estaban a punto de vencer RCA le pagó a Armstrong una compensación tan baja que no cubría los gastos que había realizado en abogados para defender su causa. Podemos observar como a través de las leyes y el poder político estos gigantes del mercado pueden torcer el avance tecnológico en desmedro del bien común (Lessig, 2006 p.15). Bueno hoy en día encontramos esto a la vuelta de la esquina, o para ser más precisos a un clic de distancia.

La verdad es que tengo una concepción un poco distinta de las leyes con respecto a lo que expone Lessig, pero debo decir que su argumento tiene una gran coincidencia con algunas de mis ideas con respecto a la propiedad intelectual.

Y tiene razón en varios aspectos con respecto a las leyes, lo que hacen, o por lo menos lo que deben hacer, es asegurar la libertad de las personas. Pero como vemos en el ejemplo anterior, podemos observar como las leyes a veces toman una vía distinta, no siempre por prácticas y política sucias, es más que nada un capricho, que aunque queramos o no hace de la ley, lo que es. Como pueden adaptarse a distintos contextos, ¿pero es esto bueno o malo?, creo que esta pregunta debería quedar para más adelante. Ahora quiero dar dos casos que pueden ejemplificar esto. El primero es la tecnología de las cintas vírgenes y el segundo es el caso Napster, ambos dentro de su esencia tiene el concepto de "copia".

## 1.2 Copiar y Pegar

La creación de las cintas vírgenes trajo consigo un gran problema para las grandes discográficas, esto debido a que desde ahora en adelante las personas tendrían el poder de copiar el contenido que habían adquirido. Estas copias no se hicieron esperar, la gente empezó a compartir música

en los colegios, con vecinos, en el trabajo, etc. Las medidas que se habían tomado eran simples, a base de la arquitectura (esto es en la tecnología que ocupamos) las copias que se realizaban perdían fidelidad con respecto al original, de esta manera se encargaban que no se pudieran realizar muchas copias de un original (Lessig, 2006 p.71). Pero de todas maneras las grandes discográficas hablaban de una pérdida masiva de dinero. Quiero detenerme un momento en este punto a modo de paréntesis, siempre se habla de una pérdida de dinero cuando se menciona la piratería y la copia, apuntando a cifras estratosféricas donde cada copia que se realiza equivale a una compra que ellos no tienen y por lo tanto pierden este dinero. Esto es sólo simple desinformación, la verdad es otra. Dentro de las personas que realizan u obtienen una copia lo hacen por distintos motivos de los cuales podemos registrar algunos (Lessig, 2006 p.85). Primero está la persona que obtiene una copia para "probar el producto", en este caso escuchar los discos y ver si son de su agrado para luego comprarlos. El segundo es aquel que de ninguna

manera compraría el producto original, ya sea por dinero u otros motivos. Y el tercero utiliza esta copia para acceder a material con copyright que ya no continua en el mercado, por ejemplo canciones que escuchábamos en nuestra niñez y que el mercado se encargó de discontinuar debido a que ya no era un producto con valor comercial suficiente para seguir produciéndolo. Sobre esto podemos fácilmente deducir que las copias nos son directamente proporcionales a la pérdida de dinero para las grandes industrias.

Volviendo al caso de las cintas vírgenes, la ley en Estados Unidos vio esta práctica como legal, es decir que si se puede copiar con esta tecnología.

Ahora el siguiente caso es uno muy sensible, debido a que nos dejó ver las posibilidades ilimitadas de Internet y al mismo tiempo es el hito que tal vez está destruyendo Internet hoy en día. Napster fue una iniciativa lanzada en 1999 por Shawn Fanning (King, 2002). Su idea revolucionó lo que Internet ya tenía desde su inicio, y es de hecho su esencia, el compartir. Lo que hizo Fanning fue crear lo que se

conoce como Peer to Peer (P2P), esta tecnología lo que hace es permitir el intercambio de archivos a través de los usuarios por medio de ellos mismo, sin necesidad de un servidor, es decir que no existe un aparato central que regule el intercambio de archivos. A pesar de esto Napster si utilizaba un servidor, para obtener información de sus usuarios, información de que archivos eran los que estos tenían para poder compartir, nada más, a diferencia de Kazaa y Gnutella sucesores del éxito de Napster que utilizan los servidores para colgar y respaldar archivos. Bueno, Napster fue un hit, en unos pocos meses alcanzó millones de usuarios llegando a ser denominado el Killer App de Internet. Millones de usuarios compartiendo música alrededor del mundo, lo que claramente representaba una amenaza para las compañías discográficas. Pero ¿qué era distinto en este compartir del compartir cintas con tus amigos? Primero que nada, ya no eran sólo un par de amigos, sino miles, desvirtuando el concepto de amistad. Y segundo, más grave aún para las discográficas, era el hecho de que todas estas copias eran una copia exacta del original, no importaba

cuantas veces ésta fuese compartida. Después de un año y unos meses se cerró Napster por violación de los derechos de autor, la ley ya no veía con los mismos ojos este “compartir”.

Habiendo ya probado mi punto acerca de cómo la ley funciona, quiero referirme a un par de conceptos que he ocupado y otros que no he querido ocupar.

### 1.3 Copiar y Crear

Copiar, que es esto sino la basé de nuestra cultura. Si no copiáramos no podríamos comunicarnos, ¿De qué otra manera hubiésemos aprendido el lenguaje de nuestros padres? ¿De qué otra manera podrían haber existido la música y las obras de arte que hoy podemos apreciar? ¿Cuál es la real diferencia entre influencias artísticas y copiar? Este es un término con el cual me gustaría alejarme de lo que dice Lessig y acercarme una poco más a lo que expone Richard Stallman (2004), fundador de la Free Software Foundation. Copiar esta en nuestro código, en nuestro ADN, somos una copia de nuestros padres, somos una copia genética de

nuestros antecesores, nos diferencia de ser hombres a ser perros o monos o cualquier otra especie. Como ya mencioné copiar es la base de nuestra cultura, es precisamente de esta copia donde se producen pequeñas variaciones, donde el producto es la creación. Que es el copyright sino un monopolio comercial impuesto por el Estado que limita nuestro derecho natural de copiar. Existe una diferencia clave, que muchas personas pasan por alto y caen en presunciones implícitas tras los términos de piratería y derechos de propiedad intelectual, la diferencia entre copia y plagio. Algunos pensarán: “pero si es lo mismo”, bueno estas personas están equivocadas y están cayendo dentro de estas artimañas que impone el derecho por sobre las ideas. La piratería tiene un efecto directo en el mercado, la piratería es obtener ganancias con las obras de otros (Rodríguez, 2010). El plagio es copiar en lo sustancial las obras ajenas, dándolas como propias. Plagiar tiene implicaciones éticas y morales completamente distintas a copiar, es esto lo que deberíamos perseguir y eliminar, pero en esta persecución estamos acabando con la fuente de

nuestra cultura, nuestra libertad, nuestra libertad de copiar. Esto es en lo que firmemente creo y es a lo que deberíamos aspirar, puede ser considerada una versión extrema del asunto y es la verdad, por lo que al igual que Lessig también creo en una etapa intermedia, pero entendiéndolo siempre como una etapa de transición.

Dejando en claro lo que es la copia, quiero referirme a un término con el que no estoy completamente de acuerdo. El concepto de uso justo. El uso justo es el espacio que nos da la ley para poder utilizar la obra de otras personas, podría referirme a que es el espacio legal que se nos ofrece para copiar, crear, hacer cultura. En Chile hace poco hubo una modificación en este término, antes de esta modificación no existía el uso justo, el uso justo eran simplemente resquicios en nuestra ley de propiedad intelectual. Un ejemplo claro de uso justo son las copias que se hacen de libros. Si yo soy estudiante y necesito instruirme, necesito ver, cuantificar y cualificar obras literarias, artísticas, científicas, etc. para lograr este proceso. Las bibliotecas nos dan este espacio. Pero qué

pasa cuando necesito sacar la fotocopia de un libro. ¿Es esto legal? Bajo nuestra ley de propiedad intelectual, no. ¿Es esto plagio? Absolutamente no, a menos que utilices tal copia para adjudicártela como autor, algo que a mi parecer no pasaría por la cabeza de alguien que se considere estudiante. La verdadera pregunta es ¿Por qué es ilegal? Lo que está haciendo esta copia es traspasar una capsula de conocimiento y cultura a otra persona, es a través de esta mimesis que podemos crear. Es en casos como estos en los que debemos preguntarnos a quien sirve la Ley de Propiedad Intelectual y a quien es que debería servir, no puedo hacer más que remitirme a su creación. El hecho es que se creó para servir a la sociedad, para mantener a raya un monopolio cultural del que se estaban haciendo cargo los editores ingleses. La idea era simple, bajo códigos del mismo mercado se quiso instaurar un derecho básico de la sociedad, el acceso a la cultura.

## 1.4 Cultura Libre

Ahora cual es el gran problema que tienen las personas al pensar en una cultura libre, y creo que es el mismo problema que hace que debamos pasar por una etapa de transición para llegar a una evolución cultural real. El dinero, o para ponerlos en un término un poco más acabado, la remuneración por la creación. Yo no creo que éste sea el problema real que puede afectar a la creación dentro de la cultura libre, siempre habrá remuneración para las personas que hacen un aporte real dentro de nuestra sociedad. El gran problema que impone esta "falta de remuneración" es lo que describe Lessig como el incentivo (2004 p.20). ¿Cuál será el incentivo de una persona que al crear ve como su creación pasa a manos de otra persona? Y es cierto, no habría incentivo para que este "creador" realizara otra obra sin verse remunerado de alguna forma, pero como ya dije, siempre habrá una remuneración por parte de la sociedad, y de hecho hasta ahora aunque existen personas que siguen creando sabiendo que no ganarán millones con su obra, si

no fuera así no veríamos a músicos callejeros ¿no? Podríamos decir que la creación y cultura siempre tiene una salida.

Bueno para volver un poco sobre mis pasos. La Ley de Propiedad Intelectual nació bajo la base de un derecho, no del autor sobre su obra, sino un derecho de las personas a acceder a la cultura. Thomas Jefferson, tercer presidente de los Estados Unidos y colaborador en la creación de la constitución de este país, dejó esto claro cuando propuso lo siguiente:

"Si la naturaleza ha creado alguna cosa menos susceptible que todas las demás de ser objeto de propiedad exclusiva, ésta es la acción del poder del pensamiento que llamamos idea, la cual sólo puede poseer un individuo si la guarda para sí; pero en el momento en que se divulga, se fuerza a sí misma a estar en posesión de todos, y su receptor no puede desposeerse de ella. Además, su peculiar carácter es tal que nadie posee menos de ella porque otros la posean íntegramente. Aquél que recibe una idea de mí, recibe instrucción para sí sin reducir la mía, del

mismo modo que aquél que enciende su cirio con el mío, recibe luz sin dejarme a oscuras. El hecho de que las ideas puedan difundirse libremente de unos a otros por todo el globo, para moral y mutua instrucción de las personas y mejora de su condición, parece haber sido diseñado de forma peculiar y benevolente por la naturaleza, hizo como el fuego, susceptibles de expandirse por todo el espacio sin que disminuya su densidad en ningún punto, y como el aire que respiramos, en que nos movemos y tenemos nuestro ser físico, incapaces de ser confinadas o poseídas de forma exclusiva. Así pues, las invenciones no pueden, por naturaleza, estar sujetas a propiedad." (Lessig, 2006 p.194)

La verdad es que yo no puedo dejar esto más claro que estas sabias palabras de un hombre que entendía el valor real de las ideas y la libertad.

Este concepto lo han tenido claro muchas personas a través de la historia, pero es en estos momentos en particular

que estas palabras nos hacen pensar más que nunca. Pero ¿Por qué ahora? ¿Qué es lo que ha producido este cambio durante estos últimos años? La respuesta es sencilla, Internet.



## Capítulo II: Internet

Durante gran parte de nuestra historia la sociedad no ha tenido tanto poder como lo tiene hoy, todo esto gracias a Internet. Las personas ya no son meros receptores de contenido, se ha pasado a una etapa donde todos tenemos la posibilidad de ser generadores de contenido. Existen dos puntos que son claves en el aporte de Internet para este hecho. La difusión y el compartir. Dos puntos que tienen un enlace en común, un concepto que ya mencione y que viene por default con esta tecnología, copiar (Stallman, 2004 p.18). Antes de referirme a estos puntos tan importantes quiero hacer un alcance, a lo que en realidad significa copiar dentro del mundo digital. Copiar es nada más ni nada menos que la base, el punto de partida de todo en el mundo digital. Si yo quiero abrir un archivo, lo que hace mi computador es realizar una copia en la memoria RAM para poder realizar la lectura en tiempo real del archivo. Si quiero compartir un archivo, lo que se hace es una copia de este archivo en otro

computador, o en estos momentos en una memoria flash o un Cloud. ¿Podríamos regular de alguna manera todas estas copias? La verdad es que si se podría, de hecho se puede y se está haciendo. A través del código, están regulando la copias de archivos dejando, por ejemplo, sólo poder copiar algunas veces el archivo, como las canciones de podemos comprar en itunes (¿No debería ser un uso justo que yo pueda copiar cuantas veces quiera un archivo por el cual pagué?, este es un ejemplo claro de cómo el código y el mercado están sobrepasando las leyes en términos de regulación). Pero, ¿Es necesario regular estas copias? Si revisamos un par de páginas más atrás nos damos cuenta que no, y lo único que logra este tipo de regulaciones es imponer barreras. Bueno, volviendo al asombroso poder de Internet, podemos observar cómo ha habido una “explosión” de creatividad los últimos años. Un ejemplo de estos son los AVM (Anime o Animated Music Videos). Los AVM nacieron hace algunos años atrás como una forma de expresión, una forma bastante creativa de expresión, donde una persona toma trozos de animaciones,

normalmente se utiliza animación japonesa o anime, y los hace “calzar” con una pieza musical. Los resultados son algo sorprendente, y la verdad es que se puede ver el trabajo (que a mi parecer puede tomar horas o días) que las personas ponen en esto. ¿Y qué es lo que se obtiene en respuesta? Ilegalidad, sitios Web cerrados debido a que estas obras son completamente ilegales, ya que toman videos y música que están bajo copyright. Aún así sigue existiendo esta forma de expresión, con miles de adeptos. Este es sólo un ejemplo de lo que ha logrado, en términos de creatividad y difusión, Internet. Es impresionante el avance que se ha hecho en obras audiovisuales, a través de softwares e Internet.

## 2.1 La música e Internet

Pero que es lo que nos tiene aquí. Ahora quiero referirme a la música. Primero al aporte que ha realizado Internet por la música. A modo de creatividad es impresionante. En un principio los archivos que más se compartían a través de Internet eran pistas de sonido (esto era más sencillo que

descargar piezas completas por el ancho de banda que existía en un principio). Pistas con las cuales los usuarios, mezclándolas con algunos softwares especializados, lograban una nueva creación. Programas como Fruity Loop se hicieron indispensables para muchos usuarios, y en estos momentos existen centenares de estos programas (en gran parte gracias al Free Software) y muchos sitios Web destinados a difundir este tipo de creatividad mediante bases de datos de artistas y pistas descargables, las cuales son en su gran mayoría gratis y resguardadas bajo copyleft.

Los alcances en el aporte creativo musical que ha brindado Internet son ilimitados, en gran parte se ha logrado gracias al acceso que se tiene en esta materia, debido a que ya no sólo puedo acceder a contenidos que puedo comprar, es decir si antes podía sólo escuchar un par de discos de un par de artistas porque no contaba con el dinero para más, o físicamente no podía acceder a este contenido (no se encontraba en Chile), ahora si puedo. Y no solamente esto, también puedo difundir mi contenido, mi creación. Internet

en materia creativa se ha vuelto, no solo un protagonista, a mi parecer es indispensable.

Podemos ser muy optimistas al respecto de que es lo que se viene para el futuro en esta materia, o podemos ver la realidad que se está presentando. Como mencioné anteriormente, Napster fue un hito en esta materia, pero también es lo que puede llegar a destruir lo todo lo que he contado. No quise explayarme acerca del término de Napster anteriormente, pero creo que ahora es el momento.

## **2.2 Napster ¿el principio del fin?**

Napster fue sacado de Internet, por lo menos como lo conocimos, por materias legales referentes al copyright, el punto más importante de esta historia es que se utilizó el régimen que estaba ya impuesto en esta materia, sin en realidad ver las diferencias de las que he hecho alcance con respecto al ciberespacio y el mundo real. Un ejemplo sencillo, si yo voy a una tienda de discos y robo un disco, entonces el distribuidor constará con un disco menos para poder vender,

es decir afecta directamente al distribuidor. Pero si yo realizo una copia no estoy haciendo efecto directo en las ventas que el distribuidor pueda tener, el tendrá la misma cantidad de discos para vender.

Entonces, ¿puedo juzgar esta copia como robo al igual como si tomara un disco del aparador? No importa cuál sea mi respuesta, es esto lo que se está haciendo. Se están tomando leyes y normas del mundo real y se están aplicando al ciberespacio, y esto no tiene ningún efecto productivo para ninguna de las partes involucradas, lo único que se está logrando es imponer barreras del mundo real en un lugar donde no pertenecen. Lo que no debemos perder de vista es el por qué de esta situación. La realidad es una sola, los grandes productores de contenidos tienen miedo, miedo ante el hecho que las personas estén generando contenido. Como lo hizo RCA en su momento, presionando para que la creación de Armstrong no viera la luz, las grandes productoras de contenidos están poniendo barreras antes las posibilidades ilimitadas que tiene Internet, y con esto están

poniendo barreras a la creatividad y a la cultura libre, se está dando paso a una cultura del permiso, donde unos pocos tienen el contenido y son los que deciden que es lo que se debe hacer con éste. Estas restricciones se están llevando a cabo mediante las leyes, el mercado y el código.

### **2.3 Free Software Foundation y Copyleft**

La verdad es abrumadora, pero como dije, la creatividad siempre tiene una salida. Lessig escribe en la introducción de *Software Libre, Sociedad Libre* (Stallman, 2004 p.11):

“cada generación tiene su filósofo: un escritor o un artista que plasma la imaginación de una época. A veces estos filósofos son reconocidos como tales, pero a menudo pasan generaciones antes de que caigan en cuenta. Sin embargo, con reconocimiento o sin él, cada época queda marcada por la gente que expresa sus ideales, sea en el susurro de un poema o en el fragor de un movimiento político. Nuestra generación tiene un filósofo. No es un artista, tampoco un escritor

profesional. Es un programador. Richard Stallman.”

He plasmado ya algunas de las ideas del creador de la Free Software Foundation (FSF), mis observaciones y argumentos acerca de lo que es la copia y una cultura libre son basados en sus ideas. Stallman ha sido el encargado de crear esta capa intermedia que mencione anteriormente con la creación del Copyleft. Para explicar lo que es el Copyleft necesito dejar algunas cosas claras con respecto a la obra de Stallman.

El ideal de la FSF nace cuando Stallman trabajaba en los laboratorios de Inteligencia Artificial en el MIT, donde el trabajo de los programadores iba en un beneficio común (procomún). El avance que presentaba alguno de los programadores era presentado al resto y era de libre traspaso entre ellos, no solo personas del MIT, entre todas las personas que se interesaran por este trabajo. Lo que significaba este libre traspaso era que otro programador podían tomar este trabajo y adaptarlo con ideas nuevas (recuerdan lo que mencione acerca de la copia) a nuevas necesidades, siempre

en beneficio del usuario. Este es un punto muy importante, el trabajo de Stallman siempre ha ido en beneficio directo a la sociedad, a los usuarios y a los programadores.

En un momento gran parte de sus compañeros fueron contratados para trabajar en software propietario. Stallman nunca creyó en este trabajo, pero como gran parte del equipo se había ido, sintió que necesitaba hacer algo. Como estaba en contra del software propietario, nunca se le pasó por la cabeza trabajar de esta forma, tal era su disgusto por éste que pensó hasta en retirarse de la programación, ya que si él no hacía software libre prefería no hacer software. Bueno de esta manera nació la FSF.

Hay que dejar algo muy claro, y que suele ser un error cuando las personas escuchan o hablan del término software libre (free software). En inglés la palabra free puede ser asociada a gratis, y a pesar que en español existe una diferencia en los términos de gratis y libre la gente sigue asociándolo de manera errónea. Esto es algo que Stallman pone mucho énfasis. Free es en el sentido de libertad, libertad

que se basa en los siguientes cuatro puntos del software libre:

1. La libertad de ejecutar el programa sea cual sea el propósito.
2. La libertad para modificar el programa para ajustarlo a tus necesidades. (Para que se trate de una libertad efectiva en la práctica, deberás tener acceso al código fuente, dado que sin él la tarea de incorporar cambios en un programa es extremadamente difícil.)
3. La libertad de redistribuir copias, ya sea de forma gratuita o a cambio del pago de un precio.
4. La libertad de distribuir versiones modificadas del programa, de tal forma que la comunidad pueda aprovechar las mejoras introducidas.

Estos puntos, sobre todo el cuarto, son claves para comprender la creación del Copyleft. Y como deja en claro el tercer punto, puedes cobrar por tu trabajo.

El primer trabajo de FSF fue la creación de un sistema operativo, sistema con el cual deben trabajar todas las computadoras. Este sistema operativo fue llamado GNU

(acrónimo recursivo de GNU's not Unix). Unix era el sistema operativo imperante en aquella época y Stallman baso su primer trabajo en éste, lo que sostuvo una discusión ética en cuanto a lo que se estaba realizando, siendo Unix un software propietario, pero con el crecimiento de FSF, y el aporte de varios programadores Unix fue desechado como base de GNU.

Para proteger su trabajo de ser ocupado para la creación de software propietario Stallman creó, basándose en las leyes de Copyright, el Copyleft. Copyleft se creó con el mismo ideal de FSF, donde el trabajo compartido y abierto es la base. La idea fundamental del Copyleft es que se autoriza la ejecución del programa, su copia, modificación y distribución de versiones modificadas, siempre que no se añada ninguna clase de restricción a posteriori. De este modo, las libertades cruciales que definen el software libre quedan garantizadas para cualquiera que posea una copia, estas libertades se convierten en derechos inalienables.

En materia de avances por una cultura libre, un gran

paso fue dado. El derecho por la accesibilidad empieza a ser resguardado y la libertad creativa tiene espacio.

### Capítulo III: Procomún

Bastan unos minutos para entender la inmensa complejidad que tiene la noción del procomún. Disponemos de muchas definiciones aceptables, aunque las más frecuentes bordean de una u otra manera el problema de la propiedad y la teoría del valor. Cuando decimos que pertenece al procomún todo cuanto es de todos y de nadie al mismo tiempo estamos pensando en un bien sacado del mercado y que, en consecuencia, no se rige por sus reglas. Los procomunes no son asimilables a la noción de mercancía (Lafuente, s.f.).

El procomún, los bienes comunes -los commons, en inglés- sostienen y son sostenidos por colectivos humanos. Y, así, salimos de la economía y nos metemos en la antropología. De la ética de los valores hemos de transitar a la de las capacidades si queremos entender cómo es la dinámica de producción del procomún, pues un bien común no es más que una estrategia exitosa de construcción de capacidades para un colectivo humano. A nadie sorprenderá entonces que

estemos hablando de bienes compartidos cuya circulación está regulada por la economía del don o el talento.

Las tensiones que existen alrededor de los bienes comunales suben con el cambio o la aparición de nuevas tecnologías, debida a que estas pueden permitirnos modificar bienes en nuestro entorno que no identificábamos como bienes comunales, pero cuando se pueden modificar es cuando debemos registrarlos como bienes comunales. Por ejemplo la órbita de la tierra, a nadie le preocupa en este momento debido que nadie puede modificarlo o alterarlo, pero si en algún momento llegara a existir tal tecnología, entonces la órbita de la tierra claramente pasará a ser parte de los bienes que nos pertenecen a todos (Vercelli, 2009). Como lo fue en su momento la luna, ya que nadie podía llegar allá nadie se preocupaba que alguien pudiese poseerla, pero cuando el humano puso un pie en ella gracias a la tecnología, fue entonces que se nombró la luna como patrimonio de la humanidad. Si una empresa puede usar los mares o la atmósfera para echar la basura que produce y ahorrarse los costes de una

producción no contaminante o alguien descubre la manera de modificar los genes de alguna especie y patentar nuevas formas de vida, la humanidad en su conjunto tiene el derecho a sentirse amenazada y a reclamar la condición de procomún para el aire que respiramos y el genoma que la bioquímica, que el tiempo y el azar nos han legado.

Sería injusto no reconocer el papel del estado moderno, incluso en países con grave déficit democrático, en la defensa de ciertos bienes que, como la salud, la educación y la justicia, son vertebrales en nuestra concepción de la política y el bienestar social. El sector público ha sido, en muchos casos, motor de la equidad y la libertad, actuando en defensa de los débiles, los trabajadores y los consumidores, por no mencionar su intervención en favor del medio ambiente y los derechos humanos. Negar, sin embargo, su implicación en las actividades más mezquinas y devastadoras, sería absurdo.

Para comprender en totalidad el procomún, Antonio Lafuente<sup>4</sup> propone cuatro entornos en donde éste se desenvuelve y puede ser o no afectado, entendiendo entornos como un sistema social donde los individuos deben aprender a adaptarse. Los dos grandes entornos a través de nuestra historia han sido la naturaleza o medioambiente y las ciudades. Estos han ayudado al humano a desarrollarse como un ente conectado con el territorio (medioambiente) y un ente conectado a otras personas (ciudad). El tercero es el entorno digital (TIC). El entorno digital, sin lugar a dudas tiene la misma relevancia antropológica, económica, y política que los historiadores y filósofos asignan el entorno natural y al urbano. El cuarto entorno que propone Lafuente es el cuerpo humano. El cuerpo enfermo y el cuerpo gozoso no son naturaleza, ni tampoco cultura, sino otro entorno al que remitir y en donde contrastar lo que (nos) pasa. El cuerpo, en de-

---

4 Lafuente, Antonio. Investigador del Centro de Ciencias Humanas y Sociales del Consejo Superior de Investigaciones Científicas, España.



finitiva, es el sensor que alerta de la existencia de sustancias contaminantes u otras amenazas para su integridad, sin ser una máquina que responda en todos los humanos de forma homogénea ni unánime, aún cuando estemos hablando de cuerpos extendidos o mediados por la tecnología.

Los procomunes del cuerpo tienen que ver con el hecho de que en términos históricos nunca tuvo un propietario claro y siempre estuvo y sigue estando amenazado. Eso de que cada uno es dueño de su cuerpo es una idea o un derecho muy reciente. No sólo nos estamos refiriendo al largo recorrido de la esclavitud o a la multiplicidad de discursos que quieren someter su individualidad a los intereses de una comunidad religiosa, política o natural (étnica, médica o genética), sino también a la posibilidad cercana de que pueda manipularse nuestra sensibilidad u organizar un mercado floreciente con las partes separadas del cuerpo (embriones, tejidos u órganos). Más aún, los datos clínicos o genéticos que resultan de las pruebas a las que somos sometidos cuando acudimos a un hospital, pertenecen en exclusiva,

al igual que los órganos, al cuerpo de origen. Y, si por el motivo que sea, han de ser desagregados o separados, entonces debieran integrar el procomún.

El medioambiente es el entorno más obvio, pero que sea fácil admitir nuestra extrema dependencia del medioambiente, no significa que los acuerdos para gestionarlo lleguen más deprisa. Las fuertes polémicas que seguimos manteniendo sobre el impacto de los residuos radioactivos o las emisiones crecientes de gases de efecto invernadero dan cuenta del largo camino que nos queda por recorrer, como también de la incapacidad de las instituciones públicas para buscar equilibrios tan necesarios como urgentes. Cuando hablamos del clima, las selvas, el espacio exterior o la fotosíntesis percibimos la profunda dependencia que estos procomunes mantiene respecto de las nuevas tecnologías. Es difícil no ver la ciencia como el más poderoso mecanismo de fragmentación, mercantilización y privatización de la naturaleza.

La adaptación a la urbe constituye la construcción de una segunda naturaleza que se escala en las diferentes

formas de vida social, desde las más primitivas y reducidas (clanes y comunas) hasta las más abstractas y gigantescas (megalópolis y naciones). La naturaleza de la que hablamos es simbólica y se hace con todos los flujos de personas, palabras y mercancías que recorren las redes que sostiene la vida en común. Incluye las calles de nuestras ciudades, pero también las fiestas, las leyes, las semillas y el conocimiento, bienes que han sido producidos por la humanidad a lo largo del tiempo y que no pueden ser privatizados.

La irrupción del movimiento que condujo al software libre y al Copyleft, como también a la defensa de los estándares y los protocolos abiertos sigue siendo el motor de Internet o, en otros términos, la fuerza que mantiene el proyecto de una red concebida como un ámbito de libertades y no sólo un inmenso mercado. Pero es que además habiéndose reducido a prácticamente cero los costes de edición, copia, reproducción y transmisión de datos, el mundo del conocimiento y de la creación han sido sacudidos por profundos cambios que van a transformar para siempre la relación profesionales/afi-

cionados, productores/consumidores y autores/públicos. Las duras batallas por los derechos de propiedad intelectual o de patentes que están permitiendo que un sector pequeño de la población se apropie de lo que hasta ahora era considerado fruto de una creación colectiva e histórica, hace evidente la existencia entre los intelectuales y artistas de profundos movimientos resistencialistas frente a las nuevas tecnologías, así como la necesidad de abrir un debate sobre qué ámbitos de la cultura se pueden o no privatizar y qué nuevas prácticas de sociabilidad en red se pueden o no criminalizar y realmente ponernos a pensar si estamos por una sociedad de accesos o de permisos.

### **3.1 Creative Commons**

Creative Commons (CC) es una corporación sin ánimo de lucro establecida en Massachusetts, pero que tiene su sede en la universidad de Stanford. Su meta es construir una capa de copyright razonable por encima de los extremos que reinan hoy día. Y esto lo lleva a cabo facilitándole

a la gente el construir a partir de las obras de otra gente, al simplificar la forma en la que los creadores determinan los grados de libertad que otros tienen a la hora de tomar y construir sobre sus obras. Etiquetas sencillas hacen esto posible, al ser etiquetas ligadas a descripciones que las personas pueden leer, licencias descritas en esquemas claros. Sencillas, lo cual significa que funcionan sin intermediarios ni abogados. Al desarrollar una serie de licencias libres que la gente puede añadir a sus contenidos, Creative Commons pretende determinar un espectro de contenidos que puedan ser fácil y seguramente empleados como base para más contenidos (Lessig, 2006 p.313). Estas etiquetas son después enlazadas a versiones legibles por máquinas de estas mismas licencias, las cuales permiten a las computadoras identificar automáticamente contenidos que se pueden fácilmente compartir. Juntas, estas tres expresiones, una licencia legal, una descripción legible para seres humanos, una etiqueta legible para máquinas, constituyen una licencia de Creative Commons. Una licencia de Creative Commons constituye una

concesión de libertad a cualquiera que acceda a la licencia, y de un modo más importante, una expresión del ideal de que la persona asociada a la licencia cree en algo distinto a los extremos de “todo” o “nada”. Los contenidos se marcan con la marca de CC, lo que no significa que se renuncie al copyright, sino que se conceden ciertas libertades. Estas libertades están más allá de las libertades prometidas por el uso justo. Sus contornos precisos dependen de las decisiones que el creador tome. El creador puede escoger una licencia que permita cualquier uso, en tanto que se le atribuya la obra. Puede escoger una licencia que permita solamente usos no comerciales. Puede escoger una licencia que permita cualquier uso en tanto que las mismas libertades les sean dadas a otros usuarios (“comparte y comparte de la misma forma”). O cualquier uso en tanto que no sea un uso derivativo de la obra. O absolutamente cualquier uso en países en vías de desarrollo. O cualquier uso en un muestreo<sup>5</sup>, en tanto que no se hagan

---

5 Prueba o versión corta de una obra, generalmente usado para obras musicales

copias completas. O, finalmente, cualquier uso educativo.

Estas opciones establecen por tanto un espectro de libertades más allá de las leyes de copyright por defecto. Permiten también libertades que van más allá del tradicional uso justo. Y de modo más importante, expresan estas libertades de una forma en la que los usuarios posteriores pueden usar estas obras y fiarse de lo que hacen sin que haga falta contratar a un abogado. Creative Commons por tanto pretende construir una capa de contenidos, gobernados por una capa de leyes razonables de copyright, sobre la que otros puedan construir. Las decisiones voluntarias de individuos y creadores harán que estos contenidos estén disponibles. Y estos contenidos nos permitirán a su vez reconstruir un dominio público.

### **3.2 Nuevos Horizontes, Música**

Creo que he dejado claro las nuevas posibilidades que tiene la industria creativa y no quiero pisar sobre mis huellas, ya que me parece un desperdicio de papel. Lo que si me gustaría exponer es el trabajo que se ha hecho gracias

a Internet y CC. Hace un par de años empezaron a surgir a través del ciberespacio los llamados netlabels. Los netlabels son una alternativa, me gustaría enfatizar esto, REAL a las cadenas discográficas, no sólo por la difusión que se puede lograr como artistas, sino también el poder creativo que brindan gracias a CC. Éstas funcionan gracias a las alternativas que brinda el Internet 2.0, como generador de contenido, se establecen a través de blogs, los cuales, como interface entre el público y el artista, funcionan correctamente, pero el feedback no es completamente perfecto. En Chile han tenido una estupenda llegada, con más de una docena de netlabels el mercado de la música chilena ha visto un resurgimiento a través de los downloads que éstas tienen. Netlabels Chile es la asociación donde gran parte de estas netlabels se reúne a través del ciberespacio, creando nuevas formas de difusión para los artistas que confían su obra a éstas. Las obras musicales que en éstas se exponen están bajo licencias CC, dejando un abanico de oportunidades para los artista de autogestionar su obra, y más importante

aún dejando una escena abierta para el crecimiento de la cultura musical chilena.

#### **Capítulo IV: Ley de Propiedad Intelectual en Chile**

En Chile los derechos del autor sobre su obra están protegidos por la Ley 17.336 Sobre Propiedad Intelectual, que en simples términos protege la paternidad, el aprovechamiento y la integridad de la obra. La Sociedad Chilena del Derecho de Autor (SCD) es el organismo encargado de velar por las obras musicales de los artistas. La SCD es un organismo con tono sindical que posee el poder jurídico, otorgado por el Ministerio de Justicia, para realizar la gestión colectiva de los derechos de autor y conexos de los autores, compositores, artistas, intérpretes y ejecutantes. Para obtener el respaldo de la SCD, como autor debes ser socio de ésta e inscribir tu obra, la cual pasará a estar protegida por la Ley Sobre la Propiedad Intelectual. Para la distribución de la música la SCD cuenta con distintos tipos de licencias, e incluso cuentan con licencias para la distribución de la obra en Internet. Si bien podemos observar que la SCD tiene este aspecto

completamente cubierto, para los artistas independientes no son tantas las ventajas que se les provee, si bien su obra cuenta con protección para no ser explotada por terceros, ésta pasa a estar en “posesión” de la SCD ya que las ganancias que la obra obtenga a través de los pagos de las licencias va hacia la sociedad la que luego se encarga de distribuir las ganancias con los artistas asociados, claro teniendo en cuenta ciertos porcentajes van para la SCD y el resto para el autor de la obra Sociedad Chilena del Derecho de Autor (s.f., Área Legal).

Como mencioné anteriormente, es el artista independiente el que tiene mayores problemas para exponer su obra y por supuesto para “vivir” de ésta. Como podemos observar con respecto a los derechos de autoría la SCD puede ser una vía, pero claro tiene un costo y no asegura un lugar dentro de la escena musical chilena.

#### **4.1 Sociedad Chilena del Derecho de Autor**

¿En qué momento pueden los artistas en Chile confiar en un organismo que dice representarlos teniendo solo alrededor de diez mil socios? ¿Cómo puede un organismo sindical, que solo representa un porcentaje de los artistas, participar en el proceso que define la autoría de los artistas sobre su obra? Éste no es un caso hipotético, la directiva está formada por artistas que representan a grandes sellos discográficos, es decir, existe un conflicto de intereses, incluso podríamos hablar de un dilema ético detrás de qué es lo que representa la SCD.

Mi interés no es poner en tela de juicio la obra que realiza la SCD, pero las gestiones que se están realizando no se están realizando para todos los artistas. Primero que nada la SCD no representa a todos los autores sólo a sus socios, pero teniendo el poder que tiene, poder otorgado por el estado, se dejan ver como los representantes de los artistas. Bueno, como dije, el objetivo de este informe no es evaluar la gestión que realiza este organismo, pero si me

veo en la obligación de exponer la situación actual por la que pasan los artistas chilenos. Un ejemplo de esta gestión deficiente se trató hace muy poco, a finales del año 2008. Lo que se intentaba poner en la mesa era un proyecto de ley que cobrara a los distribuidores de internet un porcentaje de sus ganancias por que sus usuarios descargaban ilegalmente música de autores chilenos. Existieron comentarios de acuerdos secretos entre la directiva de la SCD y el gobierno, pero como este tipo de cosas las considero amarillistas, sólo me remitiré a comentar este proyecto de ley. Creo que es risible el hecho de que la SCD culpe a los distribuidores de internet por el uso que le dan las personas, me refiero a que es tan bajo el punto al que se llegó, que al no tener datos y pruebas de que los usuarios estaban descargando música, que puede o no pertenecer a miembros de la SCD, se intentó culpar a los distribuidores del servicio. Como podemos ver es sólo una práctica más de lo que mencione anteriormente, donde se está tratando de ejercer barreras del mundo real para detener lo que es y lo que podría ser Internet.

## **4.2 ONG Derechos Digitales**

La ONG Derechos digitales fue una de las primeras iniciativas chilenas que entró en el campo del procomún. Con un equipo de trabajo que consta en gran parte de abogados tiene como objetivo la protección y promoción de los derechos fundamentales en Internet. También pretende reforzar una cultura más libre, sustentada en un derecho de autor equilibrado que permita un mayor acceso al conocimiento para todos los ciudadanos en el entorno digital (ONG Derechos Digitales, Sobre Nosotros, s.f.).

Presidido por Claudio Ruiz Gallardo, la ONG Derechos Digitales cuenta en su equipo de trabajo con varias personas de la Universidad de Chile, lo que hizo de su alianza con esta entidad algo muy sencillo.

El año 2004, en conjunto con la Universidad de Chile, la ONG Derechos Digitales tradujo e implementó las licencias Creative Commons de Derechos de Autor a la legislación chilena. El 2005 lanzó una versión revisada de la traducción al español del libro "Cultura Libre" de Lawrence

Lessig, del cual se basa gran parte de su forma de pensar. El 2007 se tuvo el primer caso de infracción a una licencia CC, donde Derechos Digitales llegó a un buen acuerdo con la cadena de retail que habría infringido los derechos de propiedad intelectual de un diseñador (ONG Derechos Digitales, Sobre Nosotros, s.f.). El 2008 organizaron el Seminario Acceso a la Cultura y Derecho de Autor, también lanzaron el blog "trato justo para todos" donde se exponían las modificaciones que se quieran realizar a la Ley de Propiedad Intelectual. Bueno estas son algunas de las obras que esta ONG ha realizado a favor de un entorno digital con un mayor acceso, reconociendo sus implicancias que éste tiene para el crecimiento cultural del país.

### **4.3 Creative Commons Chile**

Ya mencioné que es CC y a que es lo que hacen. Chile es uno de los países que se integró más recientemente a esta iniciativa. CC Chile está liderado por la Universidad de Chile a través del Sistema de Servicios de Información y Bibliotecas,

SISIB (Universidad de Chile, s.f.) y la Organización No Gubernamental Derechos Digitales.

El Sistema de Servicios de información y Bibliotecas, SISIB administra el portal web corporativo y provee acceso a una variedad de servicios y recursos de la información: biblioteca digital, repositorio institucional, publicaciones electrónicas, y portales de contenido OAI, entre otros. Éste está a cargo de Gabriela Ortúzar. Su misión desde que fue instaurado es generar soluciones integrales para el desarrollo de servicios de información académicos, multimediales y de gestión de bibliotecas, que permitan el uso y acceso equitativo y oportuno a los recursos de información, en directo beneficio de la comunidad universitaria y externa. La ONG Derechos Digitales realiza la publicación de contenidos y se dedica a prestar ayuda y guía a las personas que optan por las licencias CC.



#### 4.4 Netlabels

Como he comentado, los netlabels aparecieron hace un par de años. No existe una definición bibliográfica, pero Netlabel Catalog ([netlables.org](http://netlables.org)) que es un sitio que tiene el mayor catalogo de netlabels en Internet posee una pequeña definición que ayuda a guiar su trabajo como catalogadores de netlabels (Netlabel Catalog, s.f.):

“Un netlabel es un netlabel si...

... es una plataforma de distribución online de música de calidad

... permite descargar música de forma gratuita.

... tiene más de un artista en su sello (label).

... tiene más de dos lanzamientos online.

... la música está codificada (encoded) mínimo con 128kbps.”

Creo que esta definición plantea detalles más técnicos que la definición que provee Wikipedia, estos detalles son precisos si estamos hablando de una plataforma online.

Algo muy importante de un netlabel es que permite descargar

música de forma gratuita. Dentro de esta definición, no se encuentra, por ejemplo, el streaming online, que es otra forma de compartir, pero como dije esta definición es asertiva a como un netlabel debe funcionar, ésta DEBE permitir la descarga gratuita. Es común que los netlabels protejan las obras de sus artistas mediante licencias Creative Commons, ya que permiten esta descarga gratuita dejando, claro, “algunos derechos reservados”. Utilizando marketing de guerrillas es como obtienen público, a través de herramientas Web 2.0 como el RSS permiten mantener a los netlabels cerca y en continua comunicación con el público. Como ya aludí la idea principal de los netlabels es manejar artistas como lo haría un sello discográfico, pero transmitiendo los datos digital y gratuitamente, haciendo que el costo se significativamente menor. Un punto que es importante, sobre todo para el artista, es que la mayoría de los netlabels no generan dinero para los artistas, y siendo las descargas y los accesos gratuitos tampoco generan dinero para ellas mismas, haciendo el acto de tener un netlabel un hobby.

En Chile el netlabel más grande, es decir, que tiene un mayor catálogo de artistas con un gran número de lanzamientos es Pueblo Nuevo. Ésta se centra específicamente en música del género electrónico. Cuenta con radio online y por supuesto con descargas gratis. También existe un catálogo de netlabels chilenos, Netlabels Chile (netlabels.cl) al cual están asociadas gran parte de los netlabels que existen en Chile a través de RSS. Podríamos decir que en Chile el "hobby" de tener un netlabel está instaurado.

## **Capítulo V: Diseño e Internet, interface y experiencia**

No es novedad que el Internet ha llegado para quedarse, esto lo sabemos desde la década de los 90. Pero ¿Qué ha significado esto para la disciplina del diseño? Simple, todo un nuevo campo. En un principio Internet solamente era ocupado por programadores, el usuario común y corriente no tenía la capacidad técnica para vivir la experiencia del ciberespacio. Eran los programadores los que diseñaban el comportamiento de esta nueva herramienta. Pero, desde la aparición del código HTML el diseño ha pasado a tener un rol muy importante entre el ciberespacio y el usuario, ya que con el código HTML una persona, sin conocimientos de programador, puede involucrarse dentro de esta experiencia. El diseño Web es parte importante de lo que ofrece la experiencia del ciberespacio, a través del código se logra una conexión entre el usuario y una nueva realidad, un espacio que está más allá del mundo como lo conocemos y es esta interface ofrecida mediante la manipulación de códigos

(HTML, PHP) la que hace posible esta nueva experiencia.

Un punto importante dentro de la creación de la interface que nos presenta hoy Internet es la Web 2.0, la cual nos ofrece la posibilidad de ser desarrolladores de contenido. Esto ha hecho del diseño Web un factor trascendental, ya que no sólo se trata de comunicar o ser un vínculo de esta experiencia, sino también ser una herramienta de comunicación y yendo un paso más allá de esto, siendo una herramienta de creatividad.

Actualmente la nueva revolución del ciberespacio va de la mano de las Redes Sociales. Con millones de usuarios, las redes sociales se han vuelto una nueva experiencia a la hora de hablar de comunicación y creación de contenidos.

### **5.1 Herramientas de Diseño Web.**

La Web se basa en software procesadores de texto, debido a que principal trabajo, en un principio, era administrar y gestionar hipervínculos a través de lenguaje HTML. Esto se podía lograr con cualquier procesador

de texto. HTML es el lenguaje en que los sitios Web son ordenados a través de tags que manipulan la información que éste contiene. Por supuesto se trata de un lenguaje de código abierto. HTML también se puede combinar con otras herramientas, como CSS (Cascade Style Sheets/Hojas de Estilo en Cascada) para de esta manera definir la apariencia y el planteamiento de los elementos dentro la Web. Una alternativa al lenguaje HTML, es el lenguaje XHTML, el cual es un espejo del lenguaje anterior pero básicamente es más estricto, debido a que está basado en el lenguaje XML. La idea de XHTML es básicamente separar la información de cómo ésta es presentada, permitiendo contenido semántico dentro de la programación. A pesar de que es una buena alternativa, al ser ésta más compleja es menos utilizada para como herramienta de diseño Web.

Un paso importante dentro del diseño Web fue la introducción de sistemas WYSIWYG (acrónimo de "what you see is what you get", que podríamos traducir como "lo que ves es lo que obtienes") dentro de software de diseño Web.

Lo que realizan estos sistemas es dar una visión acabada de lo que ocurre en los procesadores de texto, de esta manera existe un feedback inmediato para la programación de los sitios Web. En estos momentos existen variados programas de software libre y propietario, uno de los más ocupados por diseñadores es el Adobe Dreamweaver, el cual fue uno de los primeros en este campo.

Las herramientas que he indicado hasta ahora, la mayoría, sólo sirven para hacer sitios Web estáticos. Existen dos tipos de sitios Web, los estáticos y los dinámicos. Los sitios estáticos no cambian de apariencia a menos que una persona, en este caso el programador o diseñador del sitio, lo haga a través del update. Los sitios dinámicos adaptan su contenido o su apariencia dependiendo de las interacciones del usuario. Este contenido puede ser cambiado o adaptado para el usuario utilizando lenguaje de programación contenido en la plataforma usada por el usuario, por ejemplo JavaScript, JScript, ActionScript) que alteran el modelo de objetos (DOM) del documento. Ahora el contenido dinámico, lo que se ve

alterado, normalmente se compila en los servidores utilizando lenguajes como Perl, PHP, ASP, JSP y ColdFusion. Todos estos lenguajes son de código abierto (Nielsen, 2001 p.7)

Podríamos catalogar estas herramientas de la siguiente forma:

- Lenguaje de marcado: HTML, XHTML, XMS.
- Lenguaje de hoja de estilo: CSS, XSL
- Lenguaje de escritura con el que cuenta el usuario:  
Java, JScript, ActionScript
- Lenguaje de escritura con el que cuenta el servidor:  
PHP, ASP, Perl, JSP, ColdFusion
- Tecnologías multimedia: Flash, Silverlight
- Tecnologías de bases de datos: MySQL, PostgreSQL

Ahora, para utilizar estas herramientas existe un punto transversal, la usabilidad. Jakob Nielsen en su libro "Diseñando usabilidad Web" (2001) da una serie de datos, tal vez podríamos decir que son consejos o tal vez instrucciones, de cómo obtener una mejor usabilidad para el diseño de un sitio Web. Lo más importante, expone Nielsen, es el contenido. Dándole importancia que requiere

al contenido podemos obtener una mejor respuesta por parte del usuario, ya que llenando un sitio Web con elementos innecesarios y desechables lo único que se logra es distraer al usuario de lo que “vino” a buscar al sitio Web. Nielsen es muy enfático en esto, si el usuario no encuentra lo que vino a buscar, éste se va.

Debemos ver los sitios Web como contenedores de información y difusores de conocimiento. Dentro de este plano la Web 2.0 ha abierto nuestro campo de acción, como seres que se encuentran en una búsqueda continua de conocimiento y experiencias.

## **5.2 Web 2.0**

¿Qué es la Web 2.0? Una pregunta obvia para hacer en este momento. Bueno primero debo dejar en claro que no todos aceptan este concepto de Web 2.0. De hecho Tim Berners-Lee, creador de la World Wide Web, ha planteado que la idea de la Web 2.0 siempre ha estado presente en la Web. Pero bueno, a pesar de esto, claramente podemos

identificar un punto clave en el que la dirección de la Web cambió. Tim O’Reilly, acuñador del término Web 2.0 (2005), identifica este punto de cambio. Él se basa en la manera en que los desarrolladores de software veían y ven la Web. Como O’Reilly indica en su publicación *What is Web 2.0?* (2005), los desarrolladores de software venían de un mundo donde se veía el desarrollo de software para la Web como un mercado en el cual se vendía el software como un producto para utilizar la Web. Fue de esta manera que Netscape lideró el mercado del software Browser, vendiendo un producto, en este caso el software, y entró en batalla con uno de los mayores productores de software, Microsoft. Bueno no nos apartemos del punto, la diferencia clave, y este según O’Reilly es una de los puntos que definen la Web 2.0, es ver la Web como una plataforma, una plataforma de servicios Web. Éste fue el punto que las nuevas empresas, que nacieron en la era de Internet, pudieron observar.

Google nació en este punto, como una aplicación Web. El servicio de Google no es un browser, tampoco es un

servidor, ni tampoco se muestra solo como un contenedor de información. El servicio de Google podríamos compararlo con una llamada telefónica, donde el servicio no está en ninguno de los teléfonos que se están ocupando, sino que es lo que está entre estos teléfonos, así el servicio de Google es lo que se encuentra entre el browser, el motor de búsqueda y el servidor del contenido, actúa entre el usuario y su experiencia on line.

Otro punto importante al cual hace referencia O'Reilly es la descentralización de Internet. La idea es expandir la red para que exista un número de usuarios que ocupen los distintos servicios que se están ofreciendo, debido a que entre más usuarios ocupen éste servicio éste más irá mejorando. Continuando con este punto, gran parte de lo que es la Web 2.0 son los usuarios, debido a que son esto los que brindan el concepto de inteligencia colectiva. La Web está hecha sobre la hipertextualidad, ésta es la piedra angular. Ahora, entre más usuarios se encuentren subiendo contenido, mayor cantidad de usuarios se encontraran con este contenido

linkeándolo y uniéndolo, creando esta asociación online, esta red. Utilizando esta estructura de la red y este concepto de inteligencia colectiva, es que Google pudo lograr este gran avance en la búsqueda por Internet. PageRank utiliza esta estructura en lugar de basarse en las características de los documentos.

Wikipedia es un mejor y más simple ejemplo de esta situación. Una enciclopedia que utiliza las entradas de cualquier usuario para su construcción es algo que no podríamos haber pensado en un contexto distinto. Una creación de contenido completamente colectiva. Otro ejemplo de esto son Flickr y Del.ici.us, primeros en utilizar la folksonomía en contraposición de la taxonomía para catalogar sus contenidos. Este término es muy importante en la construcción de la Web hoy en día y más importante aún si queremos referirnos a la gestión del conocimiento. Bueno de esto más adelante. Continuando con este concepto de la inteligencia colectiva solo debemos referirnos a los lenguajes que se utilizan en la Web, todos estos son de código abierto, free software, como

ya mencioné en páginas anteriores, el movimiento del free software apunta completamente a un desarrollo colectivo de la comunidad, estos lenguajes no sólo pueden ser ocupados por cualquiera, sino que también pueden ser alterados creando nuevas alternativas que combinen y mejoren lo que ya existe, por ejemplo el lenguaje XHTML el cual en sus últimas versiones propone una Web semántica que permite nuevas tecnologías pro inteligencia artificial.

### 5.3 Blogs

Una de las características más señaladas de la Web 2.0 es el surgimiento de los Blogs, más específicamente del acto de bloggear. Podríamos señalar que desde el principio de la Web la gente podía realizar sus sitios Web personales en los cuales podía escribir y subir contenido. Esto es cierto, pero el blog entrega el contenido de una forma distinta. Una primera diferencia es la tecnología llamada RSS (O'Reilly, 2005).

El RSS (Rich Site Summary) permite no simplemente linkear a una página, sino que a través de esta tecnología

podemos subscribirnos a una fuente de contenido, en este caso uno o varios blogs, de manera que los links que se generan son dinámicos (permalinks) a través de los cuales yo puedo acceder a una entrada (dentro del blog) en particular. Puede que sea una diferencia sutil para algunos, pero es esta herramienta la que logró generar comunidades a través de la blogosfera, el permalink fue lo que logró crear puentes entre los distintos blogs, diseñando una red de contenido y comunidades.

De esta manera la blogosfera a construido una forma de ver la Web, debido a que los motores de búsqueda (Google) funciona a través de la estructuras de los links, los permalinks afectan dentro de esta estructura de búsqueda creando una nueva forma de mostrar y generar contenido. Y es gracias a este continuo feedback (como expuse anteriormente entre más usuarios se tenga mejor será el servicio) que permiten los permalinks es que los blogs se conviertan en un campo de cosecha de esa inteligencia colectiva.

Debemos notar que el fenómeno de la blogosfera no es menor, estoy hablando de 113 millones de blogs registrados

por Technorati (servicio Web que se dedica a indexar los blogs), de 336 millones de personas que lee blogs, siendo participantes pasivos o activos, 900 mil “posteos” por día. Las cifras lo indican, los blogs no son un fenómeno menor en la red. Casi dos millones de personas están suscritos vía RSS a TechCrunch, el blog más popular especializado en tecnología. Un 77% de los usuarios de Internet lee blogs, existen 81 idiomas registrados en la blogosfera y casi un 60% de los bloggers tiene más de dos años desarrollándose en este medio (Technorati, s.f.).

#### **5.4 Wikis**

Dentro del fenómeno de las wikis, siendo Wikipedia líder de este fenómeno, podemos observar algo muy similar a lo que ocurre en los blogs. Se podría tener una gran desconfianza de los contenidos que se encuentran en las wikis, debido a que se basa en el conocimiento de los usuarios, no existe una base experta que valide este contenido para ser, por ejemplo, parte de una investigación como ésta. Además

gran parte de este contenido es anónimo lo que hace más difícil, no solo confiar en éste, sino también registrar quien fue o es el que hace el aporte del contenido (O’Reilly, 2005).

Existe un punto que es clave en este fenómeno y está ligado con el concepto de inteligencia colectiva. Debido a que cualquiera puede acceder al contenido y cambiarlo es que estas “enciclopedias” son continuamente validadas de forma prácticamente automática, es un continuo feedback del usuario/generador del contenido. Ciertamente yo (y creo que nadie) podría afirmar que el contenido que se encuentra en Wikipedia es 100% correcto, o incluso real, pero claramente gran parte de éste lo es y se da por lo que ya expuse, una continua validación por parte de los usuarios a través de un feedback muy cerrado.

Al igual que con los blogs, las estadísticas del uso de las wikis, específicamente de Wikipedia, nos son menores. Existen 2.695.205 artículos, solo en la Wikipedia de habla inglesa. El número de visitas el año pasado sobrepasó los 684 billones de personas. Más de 10 millones son los



artículos que existen en los 260 idiomas que tiene Wikipedia (Wikipedia, s.f.).

### **5.5 Redes Sociales**

Las redes sociales no son un término nuevo, existen desde hace mucho tiempo. Una red social es un grupo de personas, tal vez una comunidad con la que se comparten intereses de cualquier tipo.

Con la llegada de la redes sociales online hubo una explosión de estas comunidades, las cuales no partieron con los sitios sociales (social sites) que conocemos hoy, como MySpace, Facebook o LinkedIn. Las primeras comunidades y redes sociales se empezaron a dar en distintas partes, juegos online, chat box, foros, etc. Donde existieran varias personas que compartieran gustos e intereses en común. Los foros fueron, y todavía son, un espacio muy importante para comunicarse dentro de una comunidad. Estos cuentan con múltiples temas para desenvolverse, desde foros de tecnología y videojuegos hasta foros acerca de política y

legislación. Sin límites, las personas empezaron a reunirse en torno a sus intereses, tal como en la vida real, sólo que esta vez se encuentran con miles de individuos que comparten los mismos intereses.

Existen diversos tipos de campos que estudian las redes sociales, la ciencia y la sociología son los más interesados en investigar este fenómeno. La verdad es que mi interés con respecto a las redes sociales se acerca más a las posibilidades que nos brinda online, como "artefacto del conocimiento" (McInerney, 2002). Como más adelante plantearé, el conocimiento es dinámico fluye entre los individuos. Ahora lo importante de las redes sociales es que nos brinda herramientas para lograr traspasar conocimiento tácito (conocimiento que no necesariamente está atado a algún artefacto del conocimiento, es decir, no existe necesariamente un registro para traspasar este conocimiento) creando registros online de tales interacciones. Es debido a que dentro de una red social online podemos encontrar comunidades de cientos o miles de personas que comparten uno o varios

intereses en común, el contenido que se encuentra dentro de esta comunidad llega a ser muy específico, por lo que si existiera un traspaso como el que permiten las conversaciones por chat, la información podría verse modificada o incluso perderse, pero las herramientas que podemos ver en redes sociales actuales, como los muros o los registros fotográficos hacen la tarea de un artefacto del conocimiento permitiendo que éste se mantenga dinámico dentro de la comunidad. Me refiero a que este conocimiento es tácito debido a que viene de personas que no necesariamente son profesionales dentro del campo en que se están desarrollando, pero tienen un gran interés por él, entonces lo que se está haciendo es traspasar conocimiento que los individuos van adquiriendo.

### **5.6 Folksonomía**

El término folksonomía (folk=volk=pueblo) (nomia=norma) fue acuñado por Thomas Vander Wal, arquitecto de la información, cuando observó los sistemas mediante los cuales Flickr y Del.ici.us trabajaban para

catalogar, sistematizar y mostrar sus contenidos. Flickr es un servicio Web (Web 2.0) sobre el cual los usuarios pueden subir sus fotos y mostrarlas a los demás usuarios. Para catalogar estas fotografías el usuario que las sube debe asignarle un tag (etiqueta), el cual se encuentra en total libertad del usuario. También existe una base de tags los cuales se pueden utilizar. Es a través de estos tags que las personas pueden catalogar su propio contenido, pero como describe Vander Wal, también lo hace con el sentido de compartir este contenido. Vander Wal explica que el usuario suele catalogar en una primera instancia para sí mismo, es por eso que los tags más utilizados en Del.ici.us (servicio Web en el cual los usuarios catalogan mediante tags distintas páginas Web para dejar ver, luego acceder ellos y para que otros usuarios puedan encontrar contenido de forma más rápida) son "me"(yo) "toread"(para leer) (Mathes, 2004). Luego de esta instancia se encuentra la instancia de compartir, donde los usuarios reconocen el sistema, la red en el cual están involucrados y el proceso de tag se convierte en un catalogar colectivo. De

esta manera los usuarios utilizan esta inteligencia colectiva para manejar el contenido de la red.

La tecnología de los tags se plantea a través de metadata. Metadata es información sobre la información, la cual en archivos digitales, va incrustada con el contenido. Los tags son utilizados en conjunto con algoritmos, los cuales además de obtener el catalogo de contenidos (a través de metadata), los ordena para obtener, por ejemplo, los más visitados del día, mes o año (popularidad), también pueden ordenar por los últimos tags que fueron asignados, y bueno el orden que sea necesario para el usuario. Claro que estos algoritmos vienen definidos por el diseñador del servicio, es decir que el usuario no está en total libertad, este puede elegir el tipo de orden que el diseñador plantea pertinente.

Como alternativa a la taxonomía, la folksonomía cumple una función similar, pero de una forma completamente distinta. La taxonomía plantea un orden completamente jerárquico, el cual es sumamente complejo, pero sistematiza los contenidos de una manera muy eficiente por lo cual el

acceder a este contenido se logra de manera sencilla. Pero de esta misma forma la taxonomía debe ser manejada por expertos, lo que la hace una actividad de costos elevados, además de ser el proceso de validación más complejo. La folksonomía no plantea ningún orden jerárquico, ni de relaciones entre los contenidos. Las relaciones que se generan entre los contenidos son planteadas a través de URL's similares. Las URL's es la dirección en la en que se encuentran los contenidos en la Web.

Hasta ahora he utilizado el concepto de catalogar y no clasificar, esto es debido a que clasificar tiene un campo más riguroso de ordenamiento y sistematización. En cambio catalogar es en general menos riguroso y los límites son más claros. Está basado en una síntesis de similaridad más que en un orden sistemático. Lo más importante es que al catalogar podemos obtener varios términos asociados a un contenido, en contraste a la clasificación que solo asocia un término específico al contenido.

Por supuesto existen limitaciones y debilidades en la

folksonomía, debido a su naturaleza incontrolada. Primero está la ambigüedad de los términos asignados para catalogar. Al buscar contenidos a través de los tags se puede incurrir en errores debido a la ambigüedad de algunos términos asignados a este tag. Los acrónimos también pueden ser un problema, debido a que en el sistema de tags no se diferencia entre las mayúsculas y las minúsculas. Los sinónimos también plantean una pequeña debilidad en la folksonomía, debido a que un contenido puede estar marcado por varios términos que en definitiva son lo mismo. Estas son fallas que un vocabulario controlado puede manejar. Pero un vocabulario controlado no puede manejar sistemas como Flickr o Del.ici.us.

A pesar de que la folksonomía no plantea un vocabulario controlado y ciertamente tiene debilidades, también cuenta con fortalezas que la hacen útil para manejar sistemas de este tipo.

Primero se encuentra el "hallazgo oportuno" (serenditipy) (Mathes, 2004). Si en un vocabulario controlado podemos encontrar la información que requerimos sólo en una

vía, la folksonomía a través de los sistemas interrelacionados de la red, las conexiones y relaciones que se generan a través de las URL's podemos encontrar contenidos no esperados dentro de un tópico sobre el cual realizamos nuestra búsqueda.

La fortaleza más grande que tiene la folksonomía, y que la hace una opción por sobre la taxonomía en plataformas sobre las cuales me he referido, es que la folksonomía ocupa el lenguaje de los usuarios. La folksonomía representa un cambio drástico en lo que es el contenido clasificado por expertos o por creadores, al contenido catalogado por el usuario de la información. Un ejemplo de esto son los idiomas. En una búsqueda de información existen por lo menos dos idiomas involucrados, la folksonomía facilita la tarea de esta búsqueda debido a que se basa en el idioma que le ha asignado el usuario al catalogar esta información o contenido. Los tags no reflejan los términos ocupados por el autor sino que reflejan el lenguaje y el vocabulario que los usuarios del sistema ocupan para describir el contenido.

¿Por qué funciona la folksonomía? Probablemente no existe una forma de identificar si la folksonomía es un éxito o un fracaso, pero existen argumentos suficientes para afirmar que es el sistema adecuado dentro del contexto en el nos encontramos. Estamos hablando de millones de usuarios, por lo que un acuerdo sobre un término que clasifique un contenido es virtualmente imposible. Se puede decir que la naturaleza del sistema clama por un feedback instantáneo sobre el cual se va trabajando. Stewart Butterfield, uno de los creadores de Flickr, plantea que la diferencia de complejidad entre la folksonomía y otros esquemas de clasificación es precisamente por lo que ésta funciona (Mathes, 2004):

“... yo creo que la falta de jerarquía, precisión semántica y control de sinónimos es lo que lo hace funcionar. El tecleo libre de asociaciones es mucho más fácil que decidir en qué grado se parece el término que quiero ocupar con uno predefinido (sobre todo en sistemas jerárquicos). Tiene el 90% del valor intrínseco de una taxonomía verdadera, pero diez veces más simple...”

## Capítulo VI: Gestión del Conocimiento

Lo interesante de los servicios de Flickr y Del.ici.us es que están diseñados para organizar y compartir contenido entre sus usuarios. La aplicación de la folksonomía y la integración de metadata realizada por el usuario del sistema facilitan esta transmisión de contenidos, que al fin y al cabo se realiza entre los usuarios, Flickr y Del.ici.us son como describí a Google más atrás, un servicio que funciona, en este caso, entre los usuarios, el contenido y la experiencia online.

Cuando describí la Web 2.0, que es y que herramientas brinda, uno de los puntos clave, que creo que es importante dejarlo claro, es que desde el momento en que la Web tomó este nuevo rumbo, los sitios Web ya no sólo son contenedores de información sino que pasan a ser difusores de ésta, y al ser estos difusores de información se convierten en herramientas del manejo del conocimiento o gestión del conocimiento (knowledge management).

El concepto de gestión del conocimiento es

normalmente asociado a organizaciones de tipo empresarial, pero existe un punto dentro de la teoría de este proceso que es claramente aplicable en el contexto en el que estamos inmersos en este minuto. Claire McInerney de la Escuela de comunicación, información y estudios bibliotecarios de la Universidad de Rutgers, New Jersey, explica como el conocimiento es algo dinámico, y forma parte de un proceso que tiene distintas etapas las cuales forman parte de un sistema de espiral. Creo que no es difícil contemplar el conocimiento como algo dinámico. El conocimiento es el estado de conciencia sobre lo que uno sabe a través del estudio, razonamiento, experiencia o asociación, o a través de otros tipos de aprendizaje (McInerney, 2002). El conocimiento es un proceso, no algo estático, siempre está sujeto a cambios a través de la experiencia y el aprendizaje. De ninguna forma el conocimiento debe ser confundido por las representaciones de éste, como documentos, datos etc. Estos deben ser comprendidos como artefactos del conocimiento y son estos los que podemos manejar para modificar los

procesos del conocimiento.

Teniendo claro la diferencia entre estos conceptos dos podemos empezar a hablar acerca de la gestión del conocimiento. Los artefactos son representaciones explícitas del conocimiento, sólo con éstas no puede existir el proceso de conocimiento. McInerney plantea la existencia del conocimiento tácito o conocimiento implícito. El conocimiento tácito es la serie de experiencias y conjeturas las cuales los individuos desarrollan a través del tiempo, las cuales tal vez jamás sean documentadas (McInerney, 2002). Esto no significa que pueda ser traspasado. De hecho el traspaso de conocimiento realizado entre las personas de manera personal ha formado parte de nuestra cultura desde sus cimientos más primitivos. Dentro del contexto de la Web hasta hace un tiempo sólo podíamos hablar de un conocimiento explícito nada más, donde encontrábamos documentos que los usuarios iban adquiriendo a medida que iban accediendo a éste. La Web 2.0 ha traído nuevas herramientas, con el aumento de información existente en Internet, el feedback

constante propuesto por las nuevas formas de acceso al conocimiento (folksonomía) y las redes sociales podemos hablar de un compartir del conocimiento tácito a través de artefactos. En este momento vemos como los artefactos nos presentan el contenido, pero es un contenido que está en constante cambio, cambios a los cuales tenemos acceso en "tiempo real". Existe el mismo sistema de espiral, donde el conocimiento personal (tácito) es traspasado a documentos y contenidos (videos, música, información, etc. conocimiento explícito) a través de procesos externos, en este caso es el servicio que nos entrega la Web 2.0 (Google, Flickr, Del.ici.us) por los usuarios, donde luego este mismo es asimilado por los mismo usuarios a través de procesos internos (reflexión, evaluación, lectura, etc.) para luego volver a ser pasado a ser conocimiento explícito, evolucionando cada vez que es traspasado y por supuesto alcanzando cada vez más usuarios a través de la red.

### **6.1 Acceso libre y gestión del conocimiento**

Como ya he expuesto, la gestión del conocimiento y la Web 2.0, junto con las herramientas que ésta ofrece, van de la mano a la hora de hablar de un crecimiento en materia de conocimiento y creatividad. Hasta ahora todo parece tomar sentido en este aspecto, pero la realidad es un poco distinta. La Ley de Propiedad Intelectual está coartando este crecimiento, debido a que restringe el acceso a la información, por lo que los procesos que involucra la gestión del conocimiento se ven estancados, ya que las personas, en este caso los usuarios, tienen un acceso limitado para realizar apropiadamente los procesos externos que involucra la dinámica del conocimiento, de manera que la espiral se ve detenida debido la manipulación sobre los contenidos.

El libre acceso a los contenidos y a los artefactos del conocimiento es a lo que debemos apuntar a favor de una sociedad en crecimiento. Liberar el acceso a la información en estos momentos es crítico, debido a que si los contenidos siguen siendo manipulados sólo por algunos, la sociedad

crecerá como estos deseen y tal vez no precisamente por un bien común para todos, como ha sido hasta ahora. La Web 2.0 nos ha dado un vistazo a que es lo que sucede cuando los medios actúan a favor de este crecimiento, pero si el contenido se ve restringido este avance no tiene sentido.

## **Capítulo VII: Industrias Creativas**

Las industrias creativas no son un tema nuevo ni están recién aparecidas en nuestro escenario social y cultural. Aunque es en la última década cuando se ha generado un creciente reconocimiento sobre la importancia que tienen las Industrias Culturales y Creativas (ICCs, Cis por sus siglas en inglés) y de los Contenidos Digitales (ICD) como sectores contribuyentes al desarrollo económico de las regiones o países.

Las Industrias Creativas constituyen uno de los subsectores que están asociados a actividades culturales y creativas, en las que el producto o servicio tiene su origen en la creatividad individual, la habilidad y el talento, además de tener un potencial de riqueza y generación de empleo a partir del fomento y la explotación de la propiedad intelectual y la prestación de servicios. Aunque el término Industrias Creativas no tiene todavía un significado preciso, en general se agrupa bajo este epígrafe todas aquellas actividades que se generan desde la intersección entre tres



ámbitos disciplinarios: Arte/cultura; Empresa/ Innovación y Ciencia/tecnología (Antoine 2011).

Las industrias creativas son aquel conjunto de actividades económicas cuyo principal input es el talento, y que su negocio es la explotación de la propiedad intelectual, es decir la música, ópera, filmes, fotografía, artes visuales, teatro, literatura, diseño, arquitectura, softwares y turismo, entre otras.

El aporte de las industrias creativas al Producto Interno Bruto (PIB) en Estados Unidos, por ejemplo, es del 11,12%, y de 8,49% en el empleo. En México, representan el 4,77% del PIB, pero la repercusión en el empleo es altísima, del 11%. Por sectores, el mayor aporte al PIB son las publicaciones, incluida la prensa (44%); y los espectáculos los lideran la música, la ópera y el teatro (9%); seguidas por los filmes y la fotografía (6% cada uno). Distinta es la creación de empleo: puntea la industria editorial (39%), y tras ella están las artes escénicas (12%); y los filmes y la fotografía (5% cada uno) (Antoine 2011).

Es reconocido en este ámbito el impulso que se dio en Inglaterra en 1991 con la creación del Ministerio de Cultura en Gran Bretaña (Department of National Heritage, Mass Communication and Sports) con la misión específica de promover el patrimonio artístico, el Deporte Amateur, los medios de comunicación y las industrias del software y la moda. La iniciativa representaba un ejercicio prácticamente único en el gobierno británico y en el mundo, hasta donde sabemos, que unía gobierno, sector económico y sector cultural en una alianza y definía una agenda con temas específicos entorno a los sectores con más potencial, las llamadas industrias creativas.

Significativo resulta también observar el desarrollo sostenido que el campo de la Economía Creativa ha tenido en la ciudad de Buenos Aires, nuestra meca para el arte, los espectáculos y el diseño en América Latina. Un progreso notable teniendo en cuenta las difíciles circunstancias económicas por las que el país trasandino atravesó hace unos años.

En Argentina, las IC han evolucionado favorablemente en los últimos años, creciendo un 54% en términos reales entre 2003 y 2007, al mismo ritmo que la economía porteña en su conjunto. La participación del sector se ha mantenido entre 2003 y 2007 en el rango entre el 9,1% y el 10,1% del valor agregado de la Ciudad, siendo el aporte de 2007 del orden del 9,1%. Este significativo aporte de las IC al desarrollo económico de la ciudad porteña superó, en 2007, al de 11 de las 16 grandes ramas de actividad económica. Superó incluso al de la Construcción (5,8%), Administración pública, defensa y seguridad social obligatoria (5,3%), Servicios de hotelería y restaurantes (4,7%), Servicios sociales y de salud (4,1%) y Enseñanza (3,2%), por citar sólo algunas que por sí mismas representan participaciones significativas. Por otra parte, el aporte de las IC es apenas superado por Intermediación financiera (9,4%), una rama de gran peso en la ciudad capital del vecino país (Antoine 2011).

En Chile, el Consejo Nacional de Cultura y Artes (CNCA) y la Corporación de Fomento de la Producción

(CORFO), promueven desde hace unos años el surgimiento de nuevos negocios, la innovación en las empresas, las inversiones y el apoyo al emprendimiento innovador. Entre los servicios que presta CORFO se encuentran los estudios de preinversión y las incubadoras de negocios, así mismo, posee el Programa de Fomento al Cine y la Industria Audiovisual, enmarcado en un esfuerzo estratégico por apoyar el desarrollo de nuevos negocios para la industria audiovisual chilena, en conjunto con el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, ProChile, la Dirección de Asuntos Culturales y el Consejo Nacional de Televisión, y ha desarrollado el Programa Industrias Creativas Valparaíso.

En 2007 Chile implementó la Cuenta Satélite de Cultura, que contribuye con datos objetivos sobre el aporte a la economía de las actividades relacionadas con la cultura, como asistencia a eventos, producciones artísticas, mega eventos y lectura, entre otras. Esta cifra, al año 2009, según la Cuenta Satélite de Cultura, representa el 1,3 por ciento del PIB nacional (de Chile 2010). También existen subsectores

que podrían aportar a la Cuenta Satélite de la Cultura, estos son: editoriales, prensa escrita y revistas, artes escénicas, artes visuales, audiovisual (cine, video y televisión), música, radio, publicidad, artesanías, nuevas tecnologías de la comunicación, restauración del patrimonio arquitectónico, patrimonio mueble, educación artística, turismo cultural, festivales populares y encuentros culturales estables. Estos fueron identificados por estudios del Banco Interamericano de Desarrollo y Convenio Andrés Bello sobre los aportes de la cultura a la economía chilena.

### **7.1 El talento y la clase creativa**

Nuestra sociedad es una sociedad del conocimiento y la creatividad donde cada vez más gente trabaja en industrias del conocimiento, la inteligencia y la creatividad. Richard Florida, experto en geografía y urbanización estadounidense propone la existencia de una clase creativa en su libro "El surgimiento de las clases creativas". Esta clase creativa se encuentra asociada a la población de

ciudades con gran apogeo tecnológico, de gran diversidad y culturalmente ricas, estas asociaciones traen inmediatamente a mi cabeza la ciudad de Valparaíso, donde en sólo unos años ha existido un crecimiento cultural exponencial que se debe a los factores explicados por el profesor Florida. Si bien los estudios que se realizan en su libro tienen un fondo aplicado a las empresas y la inclusión de la clase creativa a los sistemas de producción tiene un trasfondo aún mayor si lo enfocamos en lo que son las industrias creativas, donde el talento de las personas no es algo innato, sino que es desarrollado a través de la interacción con el mundo y sobre todo el entorno y las ciudades donde se ven envueltas estas personas. Esto nos hace pensar en cómo realmente una ciudad como Santiago tiene un crecimiento mayor en cuanto a artistas y como se ha replicado esto en ciudades como Valparaíso y lo que se está logrando en la región de los Lagos con un aumento en el número de artistas musicales (C. Gallardo, comunicación personal, 23 de febrero, 2012).

Esto es algo que podemos observar en un gran

número de ciudades en el mundo, como lo es Tokio en cuanto al desarrollo de la tecnología, el desarrollo tecnológico viene de la mano con el desarrollo creativo, generando nuevas visiones e interpretaciones en la utilidad de los adelantos científicos. Así también Amsterdam, Nueva York, Los Ángeles, Barcelona se han desarrollado a través de la diversidad y la riqueza cultural y como resultado han generado un sinnúmero de artistas, los cuales se van vinculando a las actividades económicas aumentando el crecimiento de la industria del cine, la música, las artes gráficas, etc. Por lo tanto una descentralización cultural en Chile es necesaria para un crecimiento equitativo, no sólo en términos económicos, si no en términos de la creatividad y a partir de esto llegar a un crecimiento económico, que de acuerdo a Florida es la base para la innovación y el desarrollo.

## **7.2 Políticas culturales en Chile, la música**

Las áreas editorial, fonográfica y audiovisual son aquellas que, por su mayor complejidad en la cadena

productiva, la mayor cantidad y variedad de empleo asociado, y el consumo arraigado, califican perfectamente bajo la denominación de “industria cultural”, en la medida en que se entiende que no se habla meramente de influencia económico-productiva sino de impacto artístico y social. El apoyo del Estado a las industrias culturales de estas áreas se traduce en políticas de fomento y apoyos de financiamiento establecidos y administrados por instituciones como el Ministerio de Educación, Dibam o Corfo, y a través de los Fondos Cultura del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, los que consideran en sus líneas de financiamiento tanto de apoyo directo como indirecto a las industrias. Los Consejos de Fomento de la Música Nacional, del Libro y la Lectura y el de la Industria Audiovisual, han apoyado a las industrias culturales de sus áreas respectivas a través de líneas de financiamiento a la creación así como de iniciativas que fomentan directamente a las industrias, como el programa de fomento del libro y de adquisiciones para las bibliotecas públicas. Un rol complementario ha sido

asumido por la Ley de Donaciones con Fines Culturales.

En las dos últimas décadas, la industria musical chilena ha experimentado abruptas transformaciones. De la escena musical de los años 90, marcada por el apoyo de sellos multinacionales a artistas chilenos y el desarrollo de una generación al alero dichas firmas, las rápidas transformaciones del mercado y la aparición de nuevas tecnologías de reproducción y distribución modificaron las lógicas del sector.

La falta de contratos con multinacionales no hizo que los músicos se durmieran, al contrario, las múltiples posibilidades y herramientas que hoy entrega Internet, permiten que el antes difícil camino de la independencia surja como una opción viable y fructífera. Desde mediados del 2000 en adelante, ha nacido una escena prolífica en nombres que a pesar de no contar con gran financiamiento, han editado sus discos y consolidado una carrera en Chile e incluso han logrado proyectarse al extranjero. Una de las aristas de este auge ha retomado una nueva mirada hacia la música chilena que se ha reencontrado con sus raíces valorizando el folclore y la música

popular (CNCA 2011 p.40).

El eje de la política cultural 2011-2016 es la promoción de la creación y difusión de las actividades artísticas y culturales contribuye decisivamente al desarrollo de las personas y al fortalecimiento de una ciudadanía cultural. Asimismo, en un mundo cada vez más globalizado, los nuevos soportes de redes y comunicaciones van configurando distintos escenarios, instalando oportunidades y desafíos para la creación y difusión artística y cultural. Esto califica la importancia de un diálogo entre arte y tecnología, para así reflexionar sobre los alcances y posibilidades que surgen de esta relación, tanto a nivel local, regional y nacional. En este escenario, las industrias culturales, como estrategias de desarrollo basadas en la protección y fomento de la economía vinculada al arte y las expresiones culturales, también tienen un papel importante en la creación de contenidos, en el fortalecimiento de las identidades locales y en la difusión internacional de los imaginarios que queremos proyectar como país.

Como política pública en torno a la música hasta el día de hoy sólo encontramos tres formas de proyección para la nueva propuesta de gobierno. Primero está la Ley de Fomento a la Música (N° 19.928), la cual determina que el Estado de Chile apoya, difunde y estimula la labor de los autores, compositores, artistas intérpretes y ejecutantes, recopiladores, investigadores y productores de fonogramas chilenos, quienes son los forjadores del patrimonio de la música nacional, para la preservación y fomento de la identidad cultural. En segundo lugar se encuentra el Consejo de la Música, quienes son los encargados de proponer nuevas vías de promoción, creación y difusión de la música en Chile, y también están encargados de convocar anualmente a concursos públicos para asignar los recursos del Fondo para el Fomento de la Música Nacional. La tercera es el mencionado Fondo para el Fomento de la Música Nacional quienes se encargan de gestionar los dineros entregados por el Fondart.

## **Capítulo VIII: Música chilena independiente, Stoner Rock**

El proyecto en términos reales difícilmente podría abarcar toda la música nacional independiente, todos los géneros que la conforman y sobre todo las personas que involucra. Debido a esto se ha optado por un género específico, que tenga la suficiente representación y que sea validado como género dentro de la escena musical chilena. El género musical elegido es el Stoner Rock.

El Stoner Rock nació como tal a principios de la década de 1990 con el primer disco de la banda norteamericana Kyuss, titulado "Blues for the Red Sun", el cual normalmente citado como el primer disco Stoner Rock (Rivadavia s.f.). El género tiene variadas influencias las cuales principalmente pasan por el Hard Rock, el Space Rock y el Doom Metal. Si bien son influencias muy distantes unas de otras, el Stoner logra situarse como un género definido dentro del Rock, no tan solo musicalmente sino también dentro de las

construcciones visuales asociadas al Rock, con una mezcla entre las tipologías más “duras” del Hard Rock con formas más permisivas encontradas en el arte psicodélico influenciado por el Space Rock.

Siguiendo con la descripción musical, existe una serie de características que definen al Stoner como un género musical. Primero los tiempos que se utilizan son lentos y medios, es decir no existe un desplante de velocidad en cuanto a los ritmos, sino que se presentan a favor de un estilo más Groove, apostando por los riffs<sup>6</sup> de guitarra más que la velocidad misma. También se caracteriza por el sonido pesado del bajo, normalmente utilizado con distorsiones como el overdrive o el fuzz. Normalmente se escuchan voces melódicas con una entonación alta.

Una de las características más importantes es la producción retro de las obras, esto se identifica claramente por el uso de amplificadores de tubo o válvulas por sobre los amplificadores de

transistores, dando a la música un sonido particular, más pesado. Normalmente el Stoner Rock es asociado con géneros como el Doom Metal y el Sludge Metal, debido sus influencias. Normalmente existen crossovers de estos géneros, apareciendo nuevos géneros en la mezcla, como el Doom Sludge, el Stoner Sludge o el Stoner Doom.

### **8.1 Stoner Rock Chileno**

Éste género empezó a surgir en Chile hace una más de una década, con el lanzamiento en 1998 del disco Yajaira por su banda homónima, llegando esta a ser considerada una de las bandas más influyentes del rock chileno independiente y del Stoner latinoamericano. Con un gran surgimiento de bandas del género entre mediados y finales de la década pasada, nos encontramos en el punto preciso donde la música ha alcanzado gran madurez y un sonido propio.

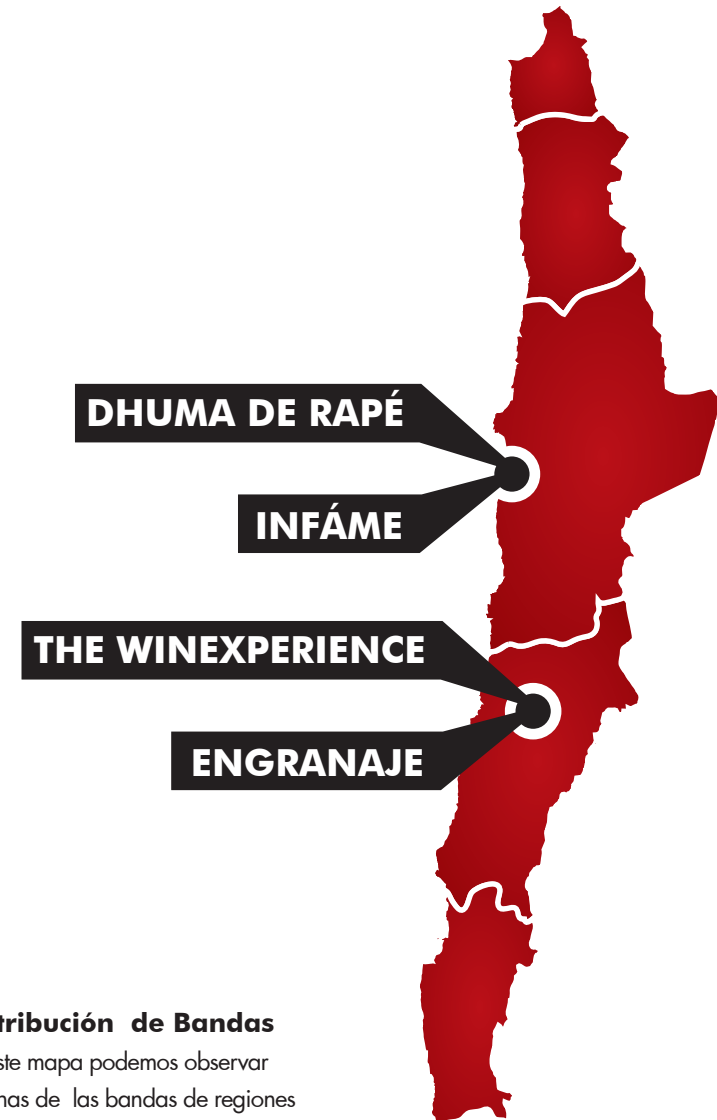
A lo largo de todo Chile existen al menos 20 bandas de este específico género, repartidas a través de todas las regiones, con una concentración mayor en la Región Metropolitana, la Región de Coquimbo y la Región de Magallanes.

---

<sup>6</sup> El riff de guitarra o fraseo, es una composición que se repite durante del tema musical.

Esta concentración de bandas no es aleatoria, sino que va a tono con la temática musical que presenta el Stoner Rock. También llamado Desert Rock, el Stoner Rock trata acerca del desierto y paramos deshabitados, dentro de otros temas.

Esta concentración no se produce de manera aleatoria, en conjunto con la temática del género musical, también debemos tener en cuenta lo tratado acerca de las clases creativas y como estas se generan bajo cierto contexto urbano, como lo es la diversidad cultural y el acceso a la cultura y la tecnología, ya que si no existiera una infraestructura adecuada para el desarrollo de este género probablemente no se hubiese gestado en ciudades tan apartadas como las descritas.



#### **Distribución de Bandas**

En este mapa podemos observar algunas de las bandas de regiones más reconocidas del país.





# CLASIFICACIÓN DE FUENTES

## Fuentes Primarias

<b>Número de fuente</b>	001
<b>Nombre del documento</b>	Cultura Libre, Cómo los grandes medios están usando la tecnología y las leyes para encerrar la cultura y controlar la creatividad
<b>Nombre clave</b>	CL
<b>Autor</b>	Lawrence Lessig
<b>Organismo demandante</b>	
<b>Año</b>	2006
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://cyber.law.harvard.edu/blogs/gems/ion/Culturalibre.pdf">http://cyber.law.harvard.edu/blogs/gems/ion/Culturalibre.pdf</a>
<b>Abstract</b>	Este libro trata la temática de la cultura, cómo nos pertenece a todos y sólo algunos están intentando dominarla y utilizarla para su provecho. Los grandes gigantes como los llama Lessig han desarrollado técnica a través de la tecnología y las leyes para salirse con la suya. Con la recopilación de muchos casos emblemáticos que han desarrollado estos factores, se pone sobre la mesa una nueva forma de ver los derechos sobre las ideas: Creative Commons.

<b>Número de fuente</b>	002
<b>Nombre del documento</b>	Código 2.0
<b>Nombre clave</b>	C-2.0
<b>Autor</b>	Lawrence Lessig
<b>Organismo demandante</b>	
<b>Año</b>	2009
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://cyber.law.harvard.edu/blogs/gems/ion/Culturalibre.pdf">http://cyber.law.harvard.edu/blogs/gems/ion/Culturalibre.pdf</a>
<b>Abstract</b>	Este libro es una actualización del libro El Código en el Ciberespacio publicado el año 2001. Trata sobre los derechos en Internet desde el punto de vista de la legislativa estadounidense, con una gran referencia a juicios que se han desarrollado en EEUU junto con los cambios en la constitución. Lessig comenta cómo el ciberespacio es un lugar en el que no es posible dictar y aplicar las leyes tal y como lo hacemos en nuestra sociedad actual. Incide en que las leyes del ciberespacio están en el código que se ejecuta: podemos hacer lo que el software nos permite hacer, y por eso destaca la importancia del software libre, pues es el que permite a los usuarios tener respaldados sus derechos.

<b>Número de fuente</b>	003
<b>Nombre del documento</b>	Los Cuatro Entornos del Procomún
<b>Nombre clave</b>	L4EP
<b>Autor</b>	Antonio Lafuente
<b>Organismo demandante</b>	
<b>Año</b>	s.f.
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://digital.csic.es/bitstream/10261/2746/1/cuatro_entornos_procomun.pdf">http://digital.csic.es/bitstream/10261/2746/1/cuatro_entornos_procomun.pdf</a>
<b>Abstract</b>	<p>En este documento Antonio Lafuente, investigador del Centro de Ciencias Humanas y Sociales del CSIC en Madrid, intenta definir que son los procomunes y como nos damos cuenta de su condición. La importancia de los procomunes dentro de la evolución del hombre es planteada a través de cuatro entornos, entornos sobre los cuales nos desenvolvemos como seres. La naturaleza, las ciudades, el ciberespacio y el cuerpo humano son parte de los procomunes, su importancia radica en el desarrollo que ha tenido el humano sobre ellos.</p>

<b>Número de fuente</b>	004
<b>Nombre del documento</b>	Software Libre para una Sociedad Libre: Selección de ensayos de Richard Stallman
<b>Nombre clave</b>	SLSL
<b>Autor</b>	Richard Stallman
<b>Organismo demandante</b>	
<b>Año</b>	Enero, 2004
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://biblioweb.sindominio.net/pensamiento/softlibre/softlibre.pdf">http://biblioweb.sindominio.net/pensamiento/softlibre/softlibre.pdf</a>
<b>Abstract</b>	<p>Esta recolección de ensayos de Richard Stallman nos deja ver el mundo en el que se desarrolla toda una nueva forma de mirar los derechos de autor, los derechos sobre las ideas en general. A partir de experiencias propias y el mundo del desarrollo de software Stallman, creador de la Licencia Pública General (GNU) y posteriormente el Copyleft, desarrolla una visión de cómo debe funcionar el derecho sobre las ideas y de cómo se deben tratar los procomunes para generar continuar generando cultura y creatividad.</p>

<b>Número de fuente</b>	005
<b>Nombre del documento</b>	El redescubrimiento del procomún
<b>Nombre clave</b>	ERP
<b>Autor</b>	David Bollier
<b>Organismo demandante</b>	
<b>Año</b>	2003
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://biblioweb.sindominio.net/telematica/bollier.html">http://biblioweb.sindominio.net/telematica/bollier.html</a>
<b>Abstract</b>	David Bollier en este ensayo nos muestra como el Internet ha vuelto a instaurar en nuestras mentes la idea del procomún. La esencia de Internet es la idea básica de cómo debe ser un procomún: un sistema abierto y comunal para compartir y gestionar recursos. La discusión se centra en como la producción entre iguales (peer to peer) muchas veces es una forma más eficiente y creativa para generar valor que el mercado, además de ser más humanista.

<b>Número de fuente</b>	007
<b>Nombre del documento</b>	Las industrias creativas en Chile. Posibilidades y propuestas en la coyuntura de las nuevas políticas culturales del país 2011-2016
<b>Nombre clave</b>	LICC
<b>Autor</b>	Cristian Antoine
<b>Organismo demandante</b>	Universidad de Santiago de Chile
<b>Año</b>	2011
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://usach.academia.edu/CristianAntoine/Papers/855276/Las_industrias_creativas_en_Chile">http://usach.academia.edu/CristianAntoine/Papers/855276/Las_industrias_creativas_en_Chile</a>
<b>Abstract</b>	Este documento nos revela cómo se ignora que las industrias creativas constituyen un sector con un enorme potencial de riqueza y generación de empleo a partir del fomento y la explotación de la propiedad intelectual y la prestación de servicios. El artículo avanza en la historia del concepto, aludiendo a las experiencias latinoamericanas más relevantes vinculadas con la contribución de la cultura a la riqueza de un país, el crecimiento económico en armonía con ampliación de oportunidades, los medios para producir y circular bienes y servicios culturales y el fomento a la producción cultural local.

<b>Número de fuente</b>	008
<b>Nombre del documento</b>	Knowledge Management and the Dynamic Nature of Knowledge
<b>Nombre clave</b>	KMDNK
<b>Autor</b>	Claire McInerney
<b>Organismo demandante</b>	Rutgers, Universidad Estatal de New Jersey
<b>Año</b>	2002
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://comminfo.rutgers.edu/~clairemc/KM_dynamic_nature.pdf">http://comminfo.rutgers.edu/~clairemc/KM_dynamic_nature.pdf</a>
<b>Abstract</b>	Este ensayo está enfocado a desentrañar la gestión del conocimiento, como funciona y como debe ser aplicada. Propone que el conocimiento es algo en movimiento, no son documentos, estudios, escritos, etc. sino que estos son artefactos organizacionales que nos ayudan, mediante procesos externos, a internalizar el conocimiento. Nos deja saber cuáles es la diferencia entre el conocimiento tácito y el conocimiento explícito, los cuales a través de procesos internos nos ayuda a comprender y a utilizar el conocimiento contenido dentro de los artefactos organizacionales.

<b>Número de fuente</b>	009
<b>Nombre del documento</b>	Folksonomies, Cooperative, Classification and Communication through Shared Metadata
<b>Nombre clave</b>	FC3SM
<b>Autor</b>	Adam Mathes
<b>Organismo demandante</b>	Universidad de Illinois
<b>Año</b>	2004
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://www.adammathes.com/academic/computer-mediated-communication/folksonomies.html">http://www.adammathes.com/academic/computer-mediated-communication/folksonomies.html</a>
<b>Abstract</b>	Este ensayo examina como los metadatos generados por el usuario son aplicados por servicios web diseñados para compartir y organizar contenido digital de manera sea bien comprendida la manera de clasificar tal contenido. Los metadatos son utilizados para la clasificación, pero al escalar la magnitud de contenido que está siendo generado a través de internet debe existir una nueva forma de poder clasificarlos tomando las herramientas mismas de internet y las comunidades. Aquí se muestra como la Folksonomía está siendo aplicada y como es que esta funciona.

<b>Número de fuente</b>	010
<b>Nombre del documento</b>	Designing Web Usability
<b>Nombre clave</b>	DWU
<b>Autor</b>	Jakob Nielsen
<b>Organismo demandante</b>	
<b>Año</b>	1999
<b>Fuente consultada</b>	Biblioteca personal
<b>Abstract</b>	Este libro es una guía al diseño de la interface de plataformas web. Enfocado en la usabilidad y el usuario, Nielsen nos aconseja paso a paso como deben utilizarse los recursos disponibles por la hipertextualidad y el contenido del cual se quiere disponer.

<b>Número de fuente</b>	011
<b>Nombre del documento</b>	Política Cultural 2011-2016
<b>Nombre clave</b>	PC2011-2016
<b>Autor</b>	Consejo Nacional de la Cultura y las Artes
<b>Organismo demandante</b>	Gobierno de Chile
<b>Año</b>	s.f.
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://www.consejodelacultura.cl/politicacultural/">http://www.consejodelacultura.cl/politicacultural/</a>
<b>Abstract</b>	Este documento plasma las políticas y estrategias que han ideado el Ministerio de Cultura junto con el CNCA. Se plantea el escenario existente en el país a través de la recolección de antecedentes y posteriormente se dejan ver la preparación que han realizado para estos 5 años junto con la visión del CNCA sobre la cultura.

<b>Número de fuente</b>	012
<b>Nombre del documento</b>	Reporte Regiones N 16
<b>Nombre clave</b>	RR16
<b>Autor</b>	Consejo Nacional de la Cultura y las Artes
<b>Organismo demandante</b>	Gobierno de Chile
<b>Año</b>	2011
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://www.cultura.gob.cl/reporteregiones/">http://www.cultura.gob.cl/reporteregiones/</a>
<b>Abstract</b>	Este reporte estadístico muestra la situación en las regiones de Chile en cuanto a la cultura. Se separa en distintos factores, como la asistencia a espectáculos teatro, danza, música, cine y se realiza comparativamente en cada región. Al final del reporte se realiza una conclusión de los resultados.

<b>Número de fuente</b>	013
<b>Nombre del documento</b>	What is Web 2.0
<b>Nombre clave</b>	WW2.0
<b>Autor</b>	Tim O'Reilly
<b>Organismo demandante</b>	
<b>Año</b>	2005
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html">http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html</a>
<b>Abstract</b>	Tim O'Reilly es el acuñador del término web 2.0 y es a través de este artículo que señala cual es la diferencia con la red que conocíamos. En un principio se intenta diferenciar a través de los paralelos que se pueden dar entre la Web 2.0 y su versión anterior para luego pasar a las características que hacen de la Web 2.0 un gran avance en materias de diseño, comunidad y servicio.

<b>Número de fuente</b>	014
<b>Nombre del documento</b>	Repensando los bienes intelectuales comunes
<b>Nombre clave</b>	RBIC
<b>Autor</b>	Ariel Vercelli
<b>Organismo demandante</b>	Universidad Nacional de Quilmes
<b>Año</b>	2009
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://www.arielvercelli.org/rbic.pdf">http://www.arielvercelli.org/rbic.pdf</a>
<b>Abstract</b>	<p>“Repensando los bienes intelectuales comunes” analiza, desde un enfoque socio-técnico, las tensiones jurídicas y políticas que se presentan entre la apropiación y liberación de los bienes y obras intelectuales en la era digital. En la tesis se describen los procesos de co-construcción entre las regulaciones de derecho de autor y el derecho de copia y las tecnologías digitales orientadas a la gestión de estos derechos. Para esto se realiza el análisis de tres casos, siendo uno de ellos las licencias Creative Commons.</p>

## Fuentes Secundarias

<b>Número de fuente</b>	015
<b>Nombre del documento</b>	Problemática de la música popular en Chile
<b>Nombre clave</b>	PMPC
<b>Autor</b>	Rosario Salas Edwards
<b>Organismo demandante</b>	Revista Musical Chilena
<b>Año</b>	Enero, 2001
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0716-27902001019500004">http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0716-27902001019500004</a>
<b>Abstract</b>	<p>Con este artículo, Salas, nos lleva en una línea temporal sobre desarrollo de la música nacional y su industria. Este desarrollo no ha sido fácil, sobre todo para los artistas. Se puede observar la época dorada, donde la industria y los artistas gozaban de grandes ganancias, pero es sólo un punto en una historia que muestra el esfuerzo del artista chileno para lograr el reconocimiento de su obra.</p>



<b>Número de fuente</b>	016
<b>Nombre del documento</b>	Social Networking Accounts for 1 of Every 4 Minutes Spent Online in Argentina and Chile
<b>Nombre clave</b>	SNATE4MOAC
<b>Autor</b>	Jasna Seguić
<b>Organismo demandante</b>	ComScore
<b>Año</b>	2011
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2011/3/Social_Networking_Accounts_for_1_of_Every_4_Minutes_Spent_Online_in_Argentina_and_Chile">http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2011/3/Social_Networking_Accounts_for_1_of_Every_4_Minutes_Spent_Online_in_Argentina_and_Chile</a>
<b>Abstract</b>	Este estudio revela el tiempo dedicado por los usuarios de Internet en las redes sociales en los países de Chile y Argentina. Dentro de las redes sociales que señala el estudio están Facebook, Fotolog, Windows Live Profile, Twitter, LinkedIn, Badoo, Sonico, Deviant Art y Myspace.

<b>Número de fuente</b>	017
<b>Nombre del documento</b>	Our Definition of Netlabel
<b>Nombre clave</b>	ODN
<b>Autor</b>	Netlabel Catalog
<b>Organismo demandante</b>	Netlabel Catalog
<b>Año</b>	s.f.
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://www.phlow.de/netlabels/index.php/Main_Page">http://www.phlow.de/netlabels/index.php/Main_Page</a>
<b>Abstract</b>	Esta plataforma web contiene el catalogo más grande que existe en internet de netlabels alrededor del mundo. Aquí se propone una definición del concepto de "netlabel" siendo una nueva forma de hacer música nacida en la era digital.

<b>Número de fuente</b>	018
<b>Nombre del documento</b>	Tipos de licencia
<b>Nombre clave</b>	TL
<b>Autor</b>	Creative Commons Chile
<b>Organismo demandante</b>	Creative Commons
<b>Año</b>	s.f.
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://www.creativecommons.cl/tipos-de-licencias/">http://www.creativecommons.cl/tipos-de-licencias/</a>
<b>Abstract</b>	Creative Commons Chile pone a disposición los tipos de licencias con las que pueden contar los artistas para proteger y compartir su obra. Además de los tipos de licencias y sus actualizaciones se muestran las herramientas con las que cuenta CC marca las obras licenciadas.

<b>Número de fuente</b>	019
<b>Nombre del documento</b>	Netlabels en Chile
<b>Nombre clave</b>	NC
<b>Autor</b>	Creative Commons Chile
<b>Organismo demandante</b>	Creative Commons
<b>Año</b>	2011 (Última actualización)
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://wiki.creativecommons.org/Case_Studies/Netlabels_en_Chile">http://wiki.creativecommons.org/Case_Studies/Netlabels_en_Chile</a>
<b>Abstract</b>	Este caso de estudio realizado por Creative Commons Chile muestra la realidad de las netlabels en Chile, a través de entrevistas a sus creadores y la iniciativa generada por Creative Commons en apoyo a las netlabels, el festival de música Noa Noa.

<b>Número de fuente</b>	020
<b>Nombre del documento</b>	Misión y Visión de la Universidad de Chile
<b>Nombre clave</b>	MVUC
<b>Autor</b>	Universidad de Chile
<b>Organismo demandante</b>	Universidad de Chile
<b>Año</b>	s.f.
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://www.uchile.cl/portal/presentacion/institucionalidad/4681/vision-y-mision">http://www.uchile.cl/portal/presentacion/institucionalidad/4681/vision-y-mision</a>
<b>Abstract</b>	Aquí podemos encontrar la visión y la misión de la Universidad de Chile, reiterando su compromiso con la educación y la cultura en nuestro país.

<b>Número de fuente</b>	021
<b>Nombre del documento</b>	US Music Forecast 2009 to 2014
<b>Nombre clave</b>	USMF2009-2014
<b>Autor</b>	Forrester Research
<b>Organismo demandante</b>	Gobierno de Chile
<b>Año</b>	2010
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://www.forrester.com/rb/Research/us_music_forecast_2009_to_2014/q/id/55347/t/2">http://www.forrester.com/rb/Research/us_music_forecast_2009_to_2014/q/id/55347/t/2</a>
<b>Abstract</b>	Este reporte estadístico muestra la situación de los soportes musicales y que es lo que se espera para los próximos años. Se puede ver el avance que ha realizado el formato digital por sobre el análogo en cuanto a número de ventas, dentro de este aumento la compra de música a través de Internet superará la venta de compact disc el año 2012.

<b>Número de fuente</b>	022
<b>Nombre del documento</b>	The day that Napster die
<b>Nombre clave</b>	TDND
<b>Autor</b>	Brad King
<b>Organismo demandante</b>	Wired Online Magazine
<b>Año</b>	2002
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://www.wired.com/gadgets/portablemusic/news/2002/05/52540?currentPage=all">http://www.wired.com/gadgets/portablemusic/news/2002/05/52540?currentPage=all</a>
<b>Abstract</b>	Este artículo da cuenta de uno de los grandes hitos en Internet, la caída de Napster. Con un análisis técnico de que es lo que logró crear Napster en cuanto a avances tecnológicos se da paso a una discusión acerca de los derechos sobre las ideas y que es lo que Napster generó en los usuarios de Internet. También propone un análisis de lo que surgió luego de Napster y de cómo el compartir es la esencia básica de Internet.

<b>Número de fuente</b>	023
<b>Nombre del documento</b>	State of the Blogosphere
<b>Nombre clave</b>	SOB
<b>Autor</b>	Technorati
<b>Organismo demandante</b>	Technorati
<b>Año</b>	2009-2010-2011
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://technorati.com/state-of-the-blogosphere/">http://technorati.com/state-of-the-blogosphere/</a>
<b>Abstract</b>	"State of the Blogosphere" son reportes que realiza Technorati.com desde el año 2004 para comprender la inmensidad del mundo de los blogs, en conjunto con más profundidad acerca de los usuarios que se están transformando en creadores de nuevo contenido.

<b>Número de fuente</b>	024
<b>Nombre del documento</b>	¿Qué es lo que significa para ti copiar?
<b>Nombre clave</b>	QSPTC
<b>Autor</b>	Emmanuel Rodríguez
<b>Organismo demandante</b>	
<b>Año</b>	2010
<b>Fuente consultada</b>	<a href="http://blog.rtve.es/copiadmalditos/2010/07/qu%C3%A9-significa-para-ti-la-palabra-copiar-emmanuel-rodr%C3%ADguez-trafficantes-de-sue%C3%B1os.html">http://blog.rtve.es/copiadmalditos/2010/07/qu%C3%A9-significa-para-ti-la-palabra-copiar-emmanuel-rodr%C3%ADguez-trafficantes-de-sue%C3%B1os.html</a>
<b>Abstract</b>	<p>“¿Que significa para ti copiar?” es una serie de video-entrevistas realizadas a personas que están involucradas directa o indirectamente con los derechos de autor y el derecho sobre las ideas. Las personas entrevistadas responden a la pregunta “¿qué es para ti copiar”. Esta es la entrevista realizada a Emmanuel Rodriguez, Director de la editora de libros Traficantes de Sueños. Traficantes de Sueños tiene un versión digital de todos sus libros, los cuales se pueden descargar de forma gratis gracias a la aplicación de las licencias Creative Commons.</p>

# METODOLOGÍA

## 1. Enfoque de la Investigación

Esta es una investigación, que utiliza herramientas cualitativas, busca estudiar, comprender y utilizar el fenómeno del procomún, las comunidades online y la industria creativa de la música. Utilizando un banco de datos (música) a través de las comunidades online y la Web 2.0 como plataforma, este estudio pretende determinar como el diseño de un sistema de organización y el libre acceso puede promover la música independiente nacional en conjunto con el desarrollo de la industria creativa.

En una segunda instancia esta investigación posee un carácter proyectual debido a que está enfocada en obtener un producto de diseño que se encuentre en concordancia con el marco teórico de la investigación.

La iniciativa sin fines de lucro Creative Commons es vital en términos de la posibilidad de compartir y la promoción de los artistas. En Chile, como ya he mencionado anteriormente, Creative Commons está a cargo del Sistema de Servicios Información de Biblioteca, SISIB, de la Universidad

de Chile. Las licencias brindan otras herramientas a parte de hacer del hecho de compartir más simple, éstas son un aporte sustancial a la cultura del procomún. Por ejemplo la licencia para derivar el trabajo original, que da la posibilidad de compartir mi trabajo para que luego sea utilizado por otra persona en una nueva creación.

Hoy en día la industria creativa de la música ha encontrado una forma nueva de promoción. Artistas independientes están utilizando la Web 2.0 y las licencias Creative Commons para poner su trabajo a disposición del público. De esta manera se está compitiendo con los grandes sellos presentes en el país, los cuales imponen barreras al público para el acceso a los artistas y las obras que representan.

Transversalmente en la investigación, la línea común que une estas variables es la búsqueda del libre acceso, una cultura del compartir y el procomún. La investigación de este fenómeno es muy importante a la hora de analizar casos de iniciativas que ya existen y funcionan dentro de la sociedad.

El procomún, o los bienes comunales, y su repercusión

en el Internet ha sido un tema de gran análisis, sobre todo teniendo en cuenta la explosión creativa que se ha dado gracias a las herramientas que brinda la Web 2.0 y, por supuesto, lo que han significado los derechos intelectuales como barreras del libre acceso. En este momento estamos envueltos dentro un fenómeno donde el trabajo profesional y el trabajo aficionado pueden ser exhibidos al público, pero nos encontramos con sólo una figura legal, es decir que en este momento no podemos diferenciar legalmente estos dos tipos, por lo que es aún más difícil llegar a tener un juicio justo y una remuneración eficaz.

El procomún no es algo nuevo, de hecho ha existido desde los principios de la sociedad, lo que se está presentando en este minuto es la desaparición paulatina de estos bienes comunales a través de la privatización de los contenidos y el acceso a estos. Y con la llegada de Internet se nos ha mostrado que existen contenidos que deben tener un libre acceso. Internet nos ha facilitado el acceso a una infinidad de contenido que ya existía, nuevas formas para acceder

a contenidos que no se podía acceder, y más importante aún nos ha mostrado que las leyes de propiedad intelectual, como existen hoy, son una barrera para el acceso más que una protección real del los derechos intelectuales.

## 2. Dimensiones Cualitativa y Cuantitativa

Este proyecto tiene un alcance cualitativo sobre el cuantitativo. Si bien ambos están involucrados en el proceso, para objetos de estudio el alcance cualitativo, dentro de la proyección, tiene mayor relevancia.

Las variables que comprende el proyecto no son menores. El alcance y difusión de una nueva forma de relacionarse con los derechos de autor es la columna vertebral de todo lo que se está construyendo. Si bien las personas pueden comprender la importancia y relevancia de los procomunes, pueden no comprender o compartir sus objetivos dentro de un marco social. Esto se debe en gran parte a los sistemas económicos actuales, debido a que se encuentran en casi todos los aspectos de la vida social, perdiendo un poco el sentido de nuestro entorno marcado por el procomún. Las ciudades son un claro ejemplo de esto, las ciudades nos pertenecen a todos los que vivimos en ella, esto no quiere decir que puedo hacer lo que yo quiera, no me pertenece de manera individual, sino como pertenece a nosotros en el

sentido comunal. El Internet si es comprendido dentro de un marco de comunidad, pero lo que está sucediendo hoy en día está siendo marcado por el ámbito económico (leyes SOPA, PIPA, TPP) y se está relegando su esencia que se encuentra en el compartir.

¿Cómo cuantificar estas variables, cómo realmente medir el alcance del proyecto en el ámbito de los procomunes? Con tecnología. La difusión que puede lograr el proyecto en términos de alcance promocional es parte del proyecto, en una dimensión cuantificable. Más importante es el alcance que pueda tener en materia creativa, el objetivo no es solo difundir material cultural, sino ser parte de la creación de más material.

Las licencias CC nos permiten esto, dejando espacio para tomar el material creativo disponible y ocuparlo en la creación de nuevo material, además obligando a este nuevo material a ser utilizable por otros nuevamente, siendo todo este material marcado (tags) haciéndolo susceptible a la medición. La utilización de las obras para el proceso creativo



siempre ha existido, todas las referencias en este informe lo prueban, el problema pasa por la capacidad de cada individuo para aceptar e informar de esta situación.

Para la medición, dentro del carácter proyectual y profesional del proyecto, se utilizarán herramientas cuantitativas disponibles en el ciberespacio. La utilización de estas herramientas cuantitativas no quita en carácter cualitativo de la medición, sino que nos permiten apreciar de forma tangible lo que se ha propuesto y ayuda a la toma de decisiones de carácter profesional.

Herramientas como Google Analytics y Statcounter, nos proveen del alcance del proyecto en términos de objetivos cumplidos.

### **3. Estrategias de Proximidad.**

Las estrategias de proximidad están divididas en los tres grandes grupos de interés, los organismos validadores, las bandas y los usuarios.

Con respecto a los organismos validadores, en este caso Creative Commons, el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y la Sociedad Chilena del de Derecho de Autor, se intentará lograr aproximación a través de los medios de contacto que estas organizaciones disponen para el público. En el caso de Creative Commons es a través de e-mail, al igual que la SCD. Para tomar contacto con el CNCA se debe llenar el formulario OIRS en la web oficial para luego esperar una respuesta.

En segundo lugar se deberá tomar contacto con las posibles bandas que se puedan adherir al proyecto. Para esto se deberá realizar un resumen ejecutivo del proyecto, plantear los beneficios y obligaciones que involucra para las bandas. Este resumen ejecutivo se difundirá en dos formatos. Uno será un documento escrito, el cual puede

ser enviado o entregado impreso. Éste deberá contar con la imagen gráfica a definir. El otro formato será web. Se creará un URL para este propósito, el cual contendrá la misma información que el primer documento pero en versión HTML. De esta forma se podrá utilizar el URL a través de un link que se difundirá a través de las redes sociales, apuntando a la viralización de éste. Una vez incluida una banda al proyecto se solicitarán contactos con otras bandas, además de la divulgación del proyecto.

Las estrategias de proximidad a los usuarios serán transversales a lo largo de la vida del proyecto. En una etapa temprana se realizará de forma cercana, transmisión oral. Para que esta estrategia tenga éxito será importante haber concretado la inclusión de al menos 3 bandas, de esta manera se utilizará a las bandas como líderes de opinión además de un ejemplo concreto del actuar del proyecto. Esta estrategia será emulada en las redes sociales, enfocando los esfuerzos de comunicación en los seguidores de las bandas.

A lo largo del proyecto se mantendrá el contacto

cercano con los usuarios, se apelará a los gustos musicales y artísticos para formar lazos.

Para expandir el círculo de usuarios se recurrirá a medios de comunicación enfocados a la música Rock en general. Se le comunicará del proyecto a las radios Uno, Sonar y Futuro junto con las revistas online Rockaxis y Humo Negro, esperando contacto y ayuda en la difusión, por ejemplo una entrevista o algún tipo de cobertura periodística para informar de la existencia del proyectos y sus plataformas de comunicación.

## **4. Definición de Organismo Validador**

### **4.1 Creative Commons Chile**

Creative Commons Chile es un organismo validador del proyecto. Como ya he mencionado, CC Chile está formado por dos organizaciones, por la ONG Derechos Digitales y por el SISIB de la Universidad de Chile.

Si bien es el SISIB la organización detrás de la parte más técnica de Creative Commons Chile, como la organización de las licencias y el "tagging", mucha de esta información es realizada por Creative Commons en Estados Unidos. La parte más dura del proyecto, acerca de la integración de las licencias a nuestro marco legal y el desarrollo de contenidos y casos en el país es realizado por la ONG Derechos Digitales.

Derechos Digitales ha abierto sus puertas al proyecto y se ha realizado una entrevista exploratoria al vicepresidente de Derechos Digitales Francisco Vera Hott acerca de las licencias CC, como se han visto aplicadas en nuestro país

y específicamente como ha sido el caso de las netlabels en Chile.

### **4.2 Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA)**

Como organismo de gobierno encargado de fomentar el crecimiento cultural del país, su apoyo y guía es importante a la hora de realizar el proyecto.

El CNCA está subdividido en varios departamentos, separados por los distintos medios que se pueden encontrar en el país. Los que están en directa relación con el proyecto son el Consejo de Fomento de la Música, el Departamento de Nuevos Medios y el Departamento de Industrias Creativas. Se realizó una entrevista con Camila Gallardo Valenzuela, coordinadora de programas estratégicos del Consejo del Fomento de la Música para internalizar el proyecto en cuanto a las estrategias, ayudas y en general lo que está realizando el gobierno para fomentar la música nacional, específicamente con respecto a los artistas independientes y es la visión que se tiene acerca de las licencias CC.

### **4.3 Sociedad Chilena del Derecho de Autor (SCD)**

Es importante la visión que la SCD pueda tener al respecto de los artistas independientes y el uso de las licencias CC en una plataforma online.

Se intentó tomar contacto con la SCD para realizar una entrevista sobre los puntos mencionados, la verdad es no tomaron mucho interés en el proyecto y la respuesta fue que se debería tomar contacto con los artistas más que con la SCD en estos aspectos. Con respecto a los artistas, en este caso las bandas han tomado bastante interés en lo que respecta al proyecto en general, esencialmente en lo que pueda generar para ellos una mayor difusión junto con la protección de sus obras dentro de la plataforma.

### **5. Grupos de Interés / Stakeholders**

Existen dos grupos de interés principales dentro del proyecto. Por un lado se encuentran las bandas, con las cuales el proyecto pretende trabajar codo a codo, por lo que es trascendental que el proyecto sea atractivo para estas. Por otro lado está el usuario al cual el proyecto se dirige, comunidades online y comunidades físicas que se reúnen a escuchar este específico género musical.

Para las bandas es importante la difusión que puede generar el proyecto, para eso está diseñado, pero también es de su interés la retribución económica que se puede generar a través de la industria creativa que se quiere instaurar. Pos supuesto otro punto de gran importancia es la identificación que debe lograr el proyecto dentro del contexto gráfico, ya que deben sentir que es un proyecto que les pertenece y puede llegar al público de la manera que ellos pretenden llegar.

## **Públicos Creativos**

En segunda instancia están los seguidores. Los seguidores no son planteados como un usuario pasivo frente a esta expresión artística, sino que toman un paso adelante y participan dentro del proceso promoción, difusión y hasta de los procesos productivos musicales, transformándose en un público creativo.

Un ejemplo son los estudios de grabación, si bien no sólo para este género específico, si existen estudios que se dedican a grabar sólo Rock duro. Aficionados de la música, profesionales, como técnicos en sonido, ponen su talento y experticia para ser parte del proceso de esta industria creativa. Otro ejemplo son los generadores de merchandising, poleras, chapitas, parches, etc. con motivos y logos de las bandas. Existen también seguidores de estas bandas que se dedican a la realización de eventos como las tocatas o festivales. Por su puesto estas personas lo hacen por su afición pero también generando recursos para seguir manteniendo este tipo de expresión.

Dentro del ámbito de la promoción están las personas dedicadas a la producción de afiches, blogs y revistas. La revista Rolling Stones fue formada por un aficionado a la música llamado Jann Wenner, quien sigue siendo su editor. En Chile encontramos la revista Rockaxis dedicada a la música, si bien no trata específicamente acerca del Stoner Rock podemos encontrar reportajes con editores especializados. En el caso de la especialización encontramos los Blogs, como es el caso de "La religión del Rock pesado" dedicado específicamente al rock pesado y al Stoner Rock. También encontramos el blog "Rock TheWaldo" específico de este género. Estas personas no sólo son aficionados, también se dedican a la producción musical, teniendo también sus propias bandas, dando un paso extra a la hora de hablar de la gestión del conocimiento, ya que intentan continuar con el ciclo del conocimiento.

### 5.1 Delimitación del Usuario

Como ya he expuesto, se está trabajando con comunidades online, lo que podría hacer de la identificación del usuario un poco más compleja en algunos puntos y más simple en otros. Es muy difícil determinar la ocupación del usuario, ya que en el marco del proyecto se incluyen artistas musicales profesionales y artistas aficionados, además de los seguidores, estos pueden tener tantas ocupaciones como estas existen, ya que como sabemos, el escuchar música es transversal a cualquier tipo de persona, lo que si varían son los gustos, pero esto es un punto que tomare más adelante. Con respecto a sus actividades es más simple. Los artistas, por supuesto, son individuos que se dedican, en tiempo completo o no, a crear música y ensayar. La diferencia entre un músico profesional y un músico amateur es clara, la cantidad de tiempo que dedican a la música. Esto no quiere decir que las obras de un profesional sean mejores que la de un aficionado, pero elementos como la técnica son claramente distintos. Las nociones musicales, estilos, influencias, sapiencia musical en

general son un punto en común en los artistas, ya que como mencione ocupa gran parte de su tiempo. Las actividades que realizan los fans son más difíciles de acotar, pero si hay un punto en común en estas personas, el escuchar música, lo que también es compartido con los artistas. En el marco teórico se explican las variables que el escuchar música implica, esto debido a los formatos que la era digital nos permite. Ahora, existe un punto que debe ser mencionado, a partir de los formatos digitales podemos distinguir cómo estos son descargados, o como estos usuarios comparten estos archivos y cómo podemos registrar y catalogar cuatro distintos grupos de usuarios (Lessig 2006 p.85). Este punto es muy importante a nivel de promoción y es como los artistas están utilizando los netlabels.

A. Hay quien usa las redes como sustituto de la compra de contenidos. Así, cuando aparece un nuevo CD de Madonna en el mercado, en lugar de comprar el CD, estos usuarios simplemente lo toman de la red. Podemos discutir sobre si todo el mundo que lo obtiene de este modo

verdaderamente lo compraría si el intercambio no lo hubiera puesto a su disposición gratis. La mayoría de la gente no haría esto, pero claramente hay algunos que sí. Estos últimos son el objetivo de la categoría A: usuarios que descargan en lugar de comprar.

B. Hay quien usa estas redes para “probar” la música antes de comprarla. Así, un amigo le envía a otro un MP3 de un artista que no ha oído. El otro amigo entonces compra CDs de ese artista. Esto es un tipo de publicidad dirigida, con grandes probabilidades de tener éxito. Si el amigo que recomienda el álbum no gana nada por una mala recomendación, entonces uno podría esperar que las recomendaciones serán verdaderamente buenas. El efecto neto de este intercambio podría incrementar las ventas de música.

C. Hay quien usa las redes de intercambio para acceder a material con copyright que ya no está a la venta o que no habría comprado porque los costes de la transacción fuera de la Red son demasiado altos. Para muchos este uso de las redes de intercambio es uno de los más satisfactorios.

Canciones que eran parte de nuestra infancia pero que se han esfumado del mercado reaparecen mágicamente en la red. Debido a que los contenidos no se venden, esto es todavía técnicamente una violación del copyright, aunque debido a que los dueños del copyright ya no venden este contenido, el daño económico es cero.

D. Finalmente, hay muchos que usan las redes de intercambio para acceder a contenidos que no tienen copyright o que el dueño del copyright quiere regalar.

De estos cuatro tipos de usuarios, los cuales pueden ser artistas o fans, solo el último es completamente legal, y esta es la opción que nos dan las licencias

## 5.2 Marco Demográfico

De acuerdo a las cifras entregadas por el CNCA, en regiones el promedio de personas que escucha música varía entre el 93% y el 97%, sólo sufriendo bajas en la región de la Araucanía con un 84% (de Chile 2011). A partir de esto podemos observar que la música en Chile es un bien cultural

apreciado y con excelente difusión. Pero estas cifras no son equivalentes con personas que han asistido a conciertos o shows musicales, variando entre un 30% y un 40%, con una baja importante en la región de la Araucanía con un 16%, la región del Maule con un 24% y la región de Magallanes con un 23%. Este reporte no es lo suficientemente claro como para concluir el porqué de estas cifras, factores como la infraestructura, la difusión, promoción u otros son los que pueden estar involucrados, lo que si nos deja ver es que un número no menor de personas asiste a este tipo de espectáculos en Chile (sin incluir la R.M.).

Los números anteriores son de gran importancia cuando hablamos de música independiente, debido a que es en los shows en vivo donde logran una mayor comunicación, promoción y difusión como artistas con su público, sin hablar de las ganancias monetarias que esto también involucra.

El género musical que está ligado con este proyecto es sólo parte de estas cifras, una pequeña parte. El proyecto se dirige a una audiencia específica de seguidores dentro

del género Rock el cual tiene una gran fanaticada en el país. El 11 de Diciembre del 2011 se realizó el "Stoner Fest" en el Teatro Teletón. El teatro, con una capacidad de 2.500 personas, fue colmado por personas que siguen este género en particular. Siendo un show específico del género Stoner Rock, con las bandas chilenas, Hielo Negro (Punta Arenas), Yajaira (Santiago), 2.500 personas no es un número menor, teniendo en cuenta que el concierto fue vendido en su totalidad y se trata de un concierto sólo en la región Metropolitana.

A lo largo de todo Chile existen al menos 20 bandas de este específico género, repartidas a través de todas las regiones, con una concentración mayor en la Región Metropolitana, la región de Coquimbo y la Región de Magallanes.

El Stoner Rock en Chile es principalmente tocado en bares y pubs (Hielo Negro s.f. Tours), pero también podemos encontrar festivales más masivos, como por ejemplo el festival "Rock 'n Rio" realizado los años 2009 y 2010 en Maullín, Región de los Lagos, y que será realizado este año en febrero, en la misma localidad. En la Región Metropolitana



los lugares más utilizados por estas bandas son el bar Óxido, el bar Mist, el Club Babilón y el bar Loreto, cada uno con una capacidad aproximada entre 80 y 120 personas (Hielo Negro s.f. Tocatas). Como podemos observar existen el público y la infraestructura para el desarrollo de este género del Rock. Este desarrollo se debe realizar en comunidad, de esta manera formar un trabajo en red.





### 5.3 Marco Psicográfico

El proyecto pretende trabajar con músicos independientes profesionales y aficionados. Los puntos más importantes que une a estos dos tipos de usuarios es el gusto por la música y la creatividad musical. Pero lo más trascendental que busca este proyecto, con más énfasis en los artistas, su punto de vista con respecto a las nuevas formas de compartir. Este proyecto no pretende involucrarse con individuos que ven este proceso como "piratería" o plagio. Lo que se busca a través de esta iniciativa es el uso de las licencias de CC como una herramienta de promoción y de construcción. Una construcción de un nuevo punto de vista, con respecto a estos temas y la construcción de una cultura del compartir y participar. Este punto es muy importante, porque lo que se quiere proponer con este proyecto, y por supuesto llevar a los usuarios, es una nueva forma y un nuevo punto de vista para el aporte creativo dentro de una cultura que se encuentra marcada por ideologías de mercado.

Para estos artistas, como ya he expuesto, la música

es forma de comunicarse, se encuentra en gran parte de las cosas que realizan, sean estos profesionales o aficionados la música es lo que los marca y los une. Como expone Richard Stallman, aunque no existe un pago significativo por sus obras de todas maneras vamos a ver y escuchar músicos en las calles. Esto es trascendental, debido a que estamos apelando a personas con profundo sentimiento por sus obras y con gran sabiduría musical. Esto es mucho más profundo en los músicos aficionados, debido a que realizan sus obras sin pensar en una remuneración. Para los seguidores, la música es indispensable también, me refiero a conciertos de rock donde asisten 60 mil personas, como fue el caso de Iron Maiden el año 2009, que a pesar de ser una ejemplo internacional deja plasmado la conexión que existe entre las obras, los artistas y los seguidores.

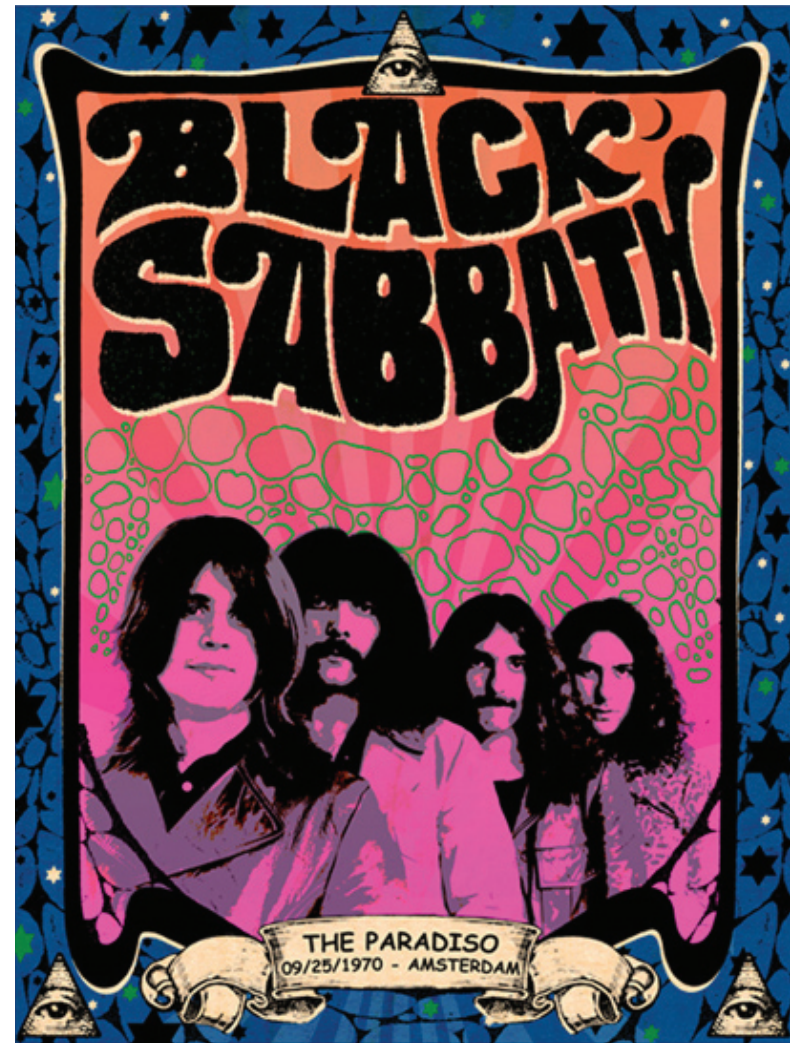
### 5.4 Variables Endógenas

Dentro de las variables endógenas que existen entre el proyecto de diseño y el usuario las de mayor importancia

tienen que ver con los constructos semióticos asimilados a través de la pantalla en la interacción con la plataforma y el usuario. En este caso estos constructos semióticos deben estar ligados a dos factores importantes, el compartir y la música.

En este caso la música con la cual se interactúa es el Stoner Rock, estilo que tiene definidos ciertos patrones semióticos a través de códigos cromáticos, tipográficos y formales. Estos códigos varían de este género a través de las influencias que posee. No todas las bandas Stoner suenan o se ven iguales, podemos ver variaciones en su estilo, existen bandas que tienen una mayor influencia del Hard Rock, por lo tanto tocan en tiempos medios-rápidos, con entonaciones de guitarra más tradicional, en Mi. Esta influencia es traspasada a la gráfica, donde se puede ver un dominio de la corriente del Art Nouveau, que por cierto, sigue siendo transversal a todo el género, pero en este tipo de bandas se trabaja esencialmente con el estilo del comic americano. Otras bandas poseen una influencia más psicodélica, esto se puede oír a través de los sonidos de la guitarra y el uso





de sintetizadores y los mismos tiempos rítmicos. Esto decanta en una gráfica más volcada a lo que se realizó en los años 60 con las bandas de esa época, juegos visuales, ilusiones ópticas y colores contrastantes y saturados.

El usuario puede captar estas diferencias, ya que son influencias musicales y gráficas que vienen constituidas en la percepción del género Stoner, por lo que puede ser asimilado por un seguidor con más tiempo hasta uno que está recién conociéndolo, la sinergia entre la música y el tratamiento que se le da a la gráfica es tal que me atrevería a decir que sobrevive la barrera del tiempo. Desde las influencias más básicas del Stoner, como lo son los ingleses Black Sabbath o los estadounidenses Blue Cheer, bandas formadas hace más de 50, el tratamiento gráfico utilizado es similar, claro éste siendo una influencia a lo que es ahora la gráfica del Stoner.

## **5.5 Variables Exógenas**

Gran parte de la interacción que existe entre el usuario y la plataforma se produce a través de la pantalla

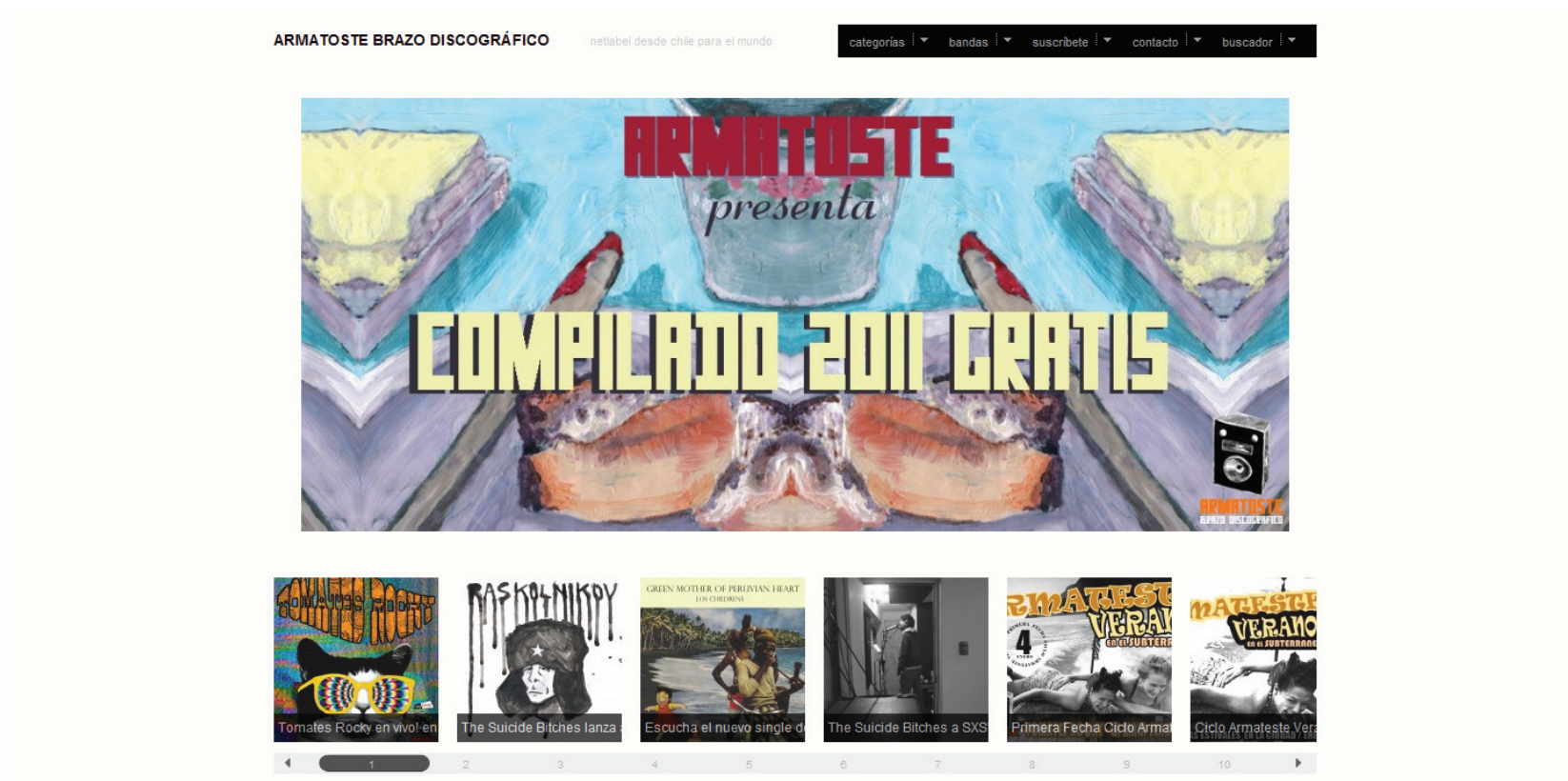
de un computador, en conjunto con los elementos periféricos pertenecientes a éste (mouse y parlantes). Uno de los mayores retos dentro de esta interacción es la interface que se genera a través de la plataforma web. Jakob Nielsen deja muy en claro que el punto más importante en el diseño web es la usabilidad, que está marcada por la simpleza de acceso a los contenidos, los cuales deben ser ordenados por su importancia, para que de esta manera el usuario tenga una facilidad de navegación. La arquitectura de la información es la herramienta que ayuda a conjugar los elementos presentes en la pantalla, mediante el lenguaje de la hipertextualidad y el ordenamiento de mapas de navegación. Es de gran importancia prestar atención a estos puntos porque son los que generan la interface entre la plataforma y el usuario.

Otro punto relevante dentro de este proyecto es la utilización del sonido, la disposición de un periférico, ya sean audífonos o parlantes son trascendentales para el funcionamiento del dispositivo de diseño, por lo que el correcto funcionamiento de estos aparatos también lo es.

Dentro de este ámbito, la codificación del sonido, en este caso las obras de los artistas, debe ser de buena calidad, cuidando los tamaños de los archivos, para que sean, primero fáciles de subir a la plataforma, segundo puedan ser contenidos dentro de un servidor y tercero de puedan ser fáciles de descargar. Para esto se recomiendan archivos MP3 de una velocidad mínima de 190 Kbps y máxima de 320 Kbps, estero. De esta manera se resguarda la calidad de los archivos.

## **6. Estudio de Tipologías / Benchmarking**

Hasta el ahora no he encontrado algún proyecto que comparta un 100% de las características de lo que aquí se está intentando lograr. Si existen algunas tipologías que coinciden en varios puntos y que pueden ser analizadas como tipologías directas, como es el caso de algunas netlabels que se encuentran operativas en Chile. También existen tipologías que al parecer no tuviesen que ver con lo que se describe en este proyecto, pero si coinciden en un nivel de objetivos, lo cual es muy interesante.



## 6.1 Tipologías Directas

### Armatoste

Armatoste es un netlabel dedicada a la difusión de música Indie. Su plataforma está realizada sobre el sistema de gestión online Wordpress, esto le brinda una gran gama de opciones, la mayoría enfocada a la comunicación con las


personas que quieren seguir este netlabel y sus artistas. Un ejemplo de esto es la herramienta RSS, que como he descrito da la posibilidad de suscribirse a las noticias de esta netlabel a través de los browsers, esta herramienta es muy poderosa en el sentido de tener y mantener el contacto con los usuarios de la plataforma.

Su emplazamiento de contenido está armado en forma



Puta Marlon – Surfing Amazonas

Tweet



Realizado por Productora Corteirracional  
 Dirección: Susana Díaz, Efraín Robles  
 Imágenes: Matias Pinochet, Russ Meyer (Faster Pussicat, Kill! Kill!)

Esta entrada fue postada el Friday, July 15th, 2011 a las 02:08 y archivada en Videos y taguada con Puta Marlon. You can follow any responses to this entry through the RSS 2.0 feed.

+1 0

de Posts, es decir que son las entradas más recientes las que tienen mayor importancia por default, brindando también la posibilidad de utilizar permalinks, de esta manera transmitir una noticia en otras plataformas sin perder la información del link a medida que se van agregando más posts. Dentro de los posts no se permiten los comentarios, pero si la posibilidad de compartirlo en la red social Google+.



taguada con Puta Marlon. You can follow



ARMATOSTE  
BANDA DISCOGRÁFICA

PRÓXIMAS FECHAS EN VIVO

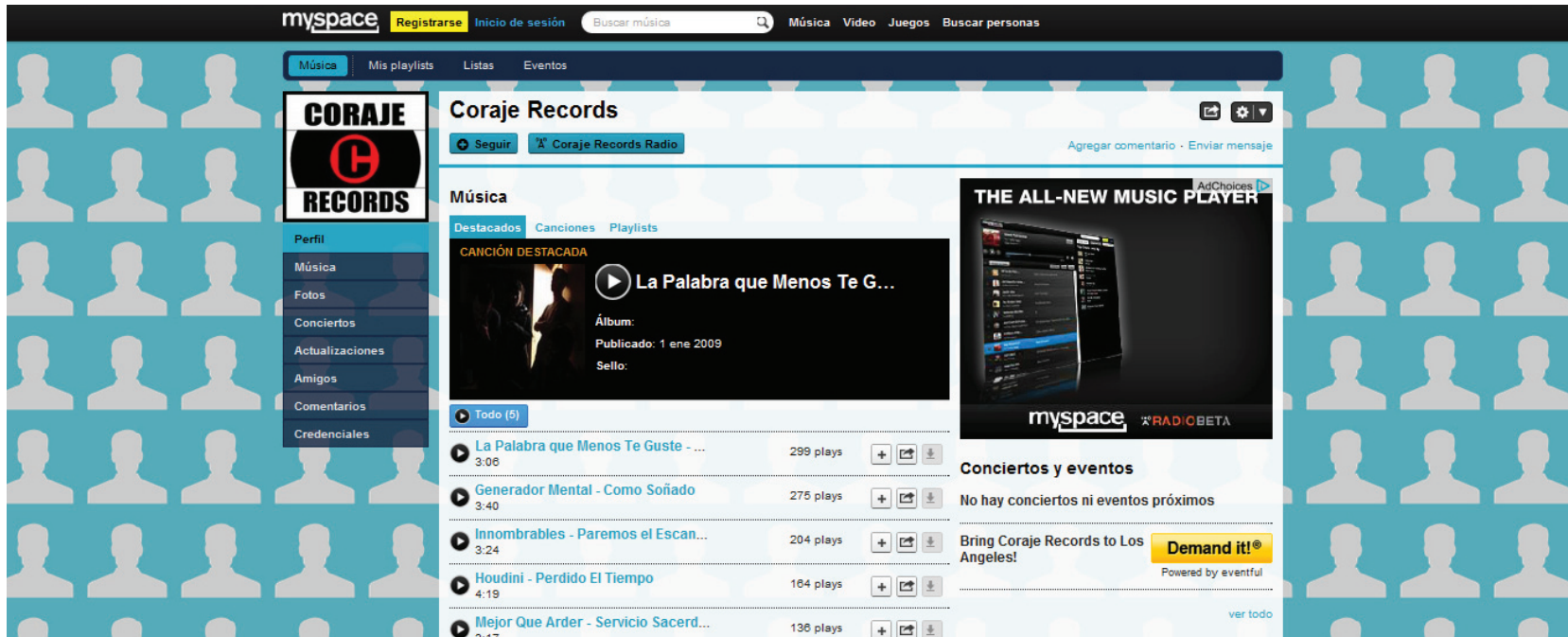
ARMATOSTE RADIO



1. Las Madres – El Mar 7.16 262 plays
2. Fasat Alfa – María Eugenia 3.48 310 plays
3. Niño Envuelto – 10 Tiros 5.03 354 plays
4. The Suicide Bitches – Miamian Guy 2.33 318 plays
5. Los Childrens – Jesus Comes 3.56 320 plays
6. J.P. Rozas y La Orquesta Densa del Doctor Mario – Hc
7. Puta Marlon – Surfin Amazonas 3.30 211 plays
8. La Chingana – Ultravioleta (Compaq Version) 2.13 182
9. Tomates Rocky – Voh Vela 2.35 319 plays
10. Johou – Todo Se Devuelve 3.31 248 plays
11. Besserwisser – Thick Smoke (Demo) 2.15 204 plays
12. Frankie Page – Horas Negras 2.50 188 plays

Cuenta también con una sección de videos donde se pueden encontrar grabaciones en vivo de las bandas, incluyendo algunos eventos transmitidos en directo.

Todas estas herramientas son muy útiles para lograr la difusión de las bandas.



## Coraje Records

Es un netlabel dedicado a la música independiente dentro del género Punk. Tiene dos medios principales difusión, Myspace y Tumblr, ocupando las herramientas básicas de ambas plataformas. El medio principal de difusión de sus bandas son los compilados con varias de las bandas con las que ellos cuentan, sacando hasta ahora tres. No cuenta con una plataforma propia, con un diseño enfocado a sus usuarios.

SESIONES HEMOS VENIDO FRACASANDO

- #1 - Innombrable
- #2 - Neurotransmisor

ENTRADAS ANTIGUAS DEL BLOG

Entradas antiguas del blog ▾

CONTADOR

LIBESTATS

DOMINGO 24 DE JULIO DE 2011

Compilado Coraje Records II



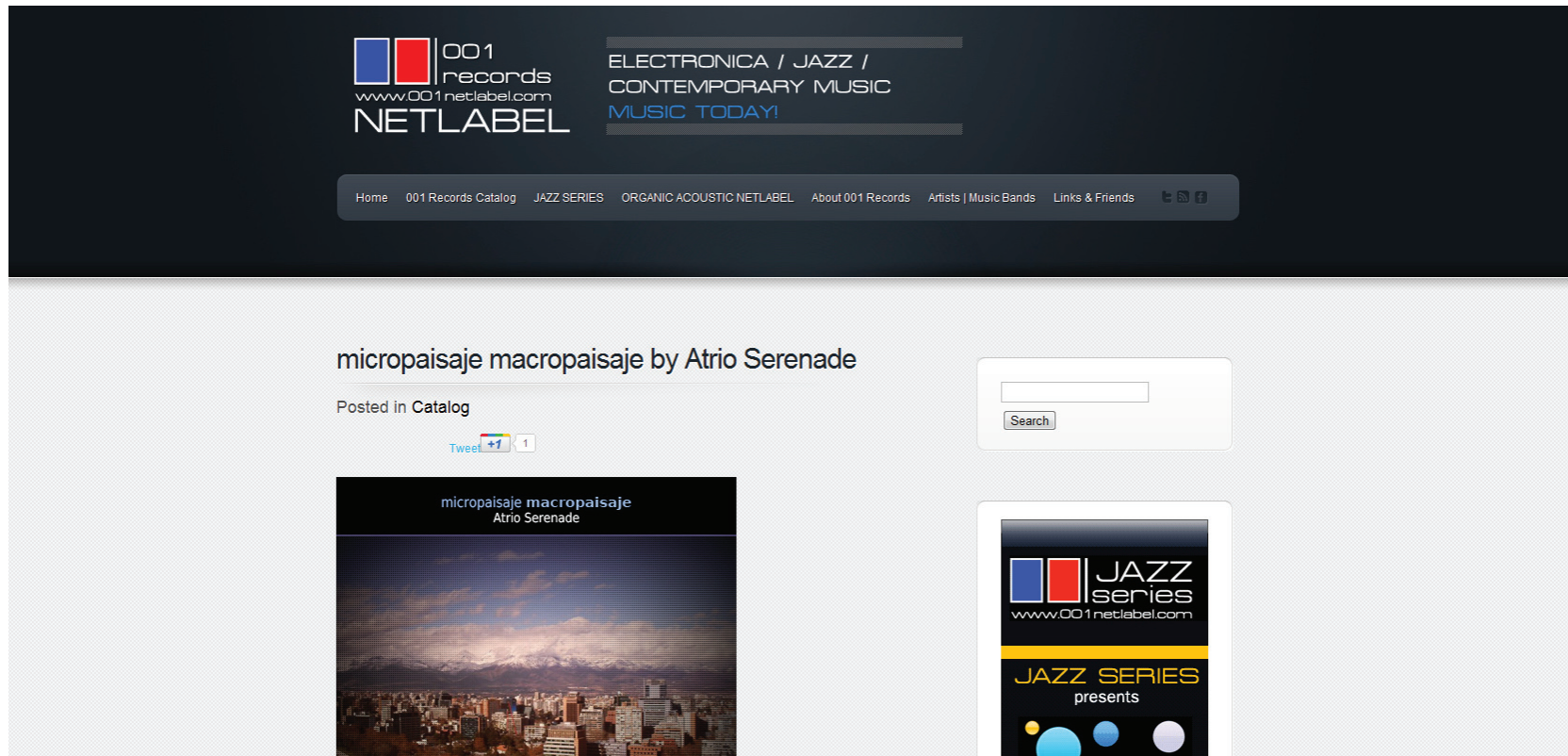
¿QUÉ ES HEMOS FRACASANDO?

Hemos Venido Fracaso colectivo de band sostenien en una autogestión y app instalen en rechaz cultural y a todos

Hemos Venido Fracaso a reconstruir, reiniciamos medios de difusión, espacios de música

Contra la música ori consumo, es preferi

Hemos venido f  
Facebook]  
Hemos venido f  
Myspace]  
hemosvenido fr  
oba@gmail.com



## 001Netlabel

Es un netlabel enfocado al Jazz. Poseen un blog como medio de difusión y al igual que Coraje Records utilizan compilados, pero con el nombre de "Jazz Series". 001Netlabel tiene una sub-label llamada Organic Acoustic Netlabel, ésta no está asociada al Jazz sino a la música Electrónica, específicamente la rama llamada Noise.

Vinyl Records CDs DVDs T-shirts Posters Gift Certificates Home Newsletter WishList About Us Help My Account View Cart  
Distributed Record Labels MeteorCity Listening Booth \$6.66 Killer Deals

**ALL THAT IS HEAVY** **CLICK HERE FOR THE METEORCITY LISTENING BOOTH**

SEARCH:  :GO> [Advanced Search](#) [Browse](#)

**FEATURED RELEASES**

**LATEST ARRIVALS:**

~ Black Pyramid: Self Titled (Re-issue) (Color) (2LP)  
 ~ Elder: Dead Roots Stirring (2LP)  
 ~ Clutch: Blast Tyrant (2LP)  
 ~ Black Breath: Sentenced to Life (CD)  
 ~ Black Breath: Sentenced to Life (Color) (LP)  
 ~ Ararat: II (CD)  
 ~ Horisont: Second Assault (CD)  
 ~ Corrosion of Conformity: Self Titled (CD)  
 ~ Corrosion of Conformity: Self Titled (with Bonus 7 inch... (LP)  
 ~ Orange Goblin: A Eulogy for the Damned (T-shirt)  
 ~ The Devil's Blood: The Thousandfold Epicentre (T-shirt)  
 ~ Mastodon: Yaluk, God of Lightning (T-shirt)  
 ~ Down: Diary of a Mad Band (T-shirt)  
 ~ Angel Witch: As Above, So Below (CD)  
 ~ Angel Witch: Angel Witch (T-shirt)  
 ~ Angel Witch: Baphomet (T-shirt)  
 ~ Lord Vicar: Signs of Osiris (CD)  
 ~ Monarch: Omens (CD)  
 ~ Loctian & Mamiffer: Bless Them That Curse You (CD)  
 ~ Vestal Claret: Bloodbath (2LP)  
 ~ Saturnia: Alpha Omega Alpha (2CD)  
 ~ Tion: III (Color) (LP)  
 ~ In the Labyrinth: The Garden of Mysteries (CD)  
 ~ Firebird: Self Titled (Re-issue) (CD)  
 ~ Firebird: Deluxe (Re-issue) (CD)  
 ~ Noctum: The Seance (Re-issue) (CD)  
 ~ Church of Misery: Master of Brutality (Re-issue) (CD)  
 ~ Church of Misery: The Second Coming (Re-issue) (USA) (CD)

**LATEST ARRIVALS**

**Black Pyramid**  
Self Titled (Re-issue) (Color) 2LP

**Elder**









## All That is Heavy

Es una iniciativa que partió de StonerRock.com, el cual que ya no existe. Reúne discográficas de todo el mundo dedicadas al Stoner Rock y géneros asociados, como el Doom Metal y Sludge. Aquí podemos encontrar discos para comprar junto con merchandising de las bandas, todo vía Internet. El merchandising incluye poleras y posters.

Al estar dedicada al Stoner y géneros asociados, su gráfica, y la importancia de esta, se diferencia de las otras tipologías. Podemos ver la utilización de combinaciones de colores acordes con el género, al igual que la utilización de texturas y junto con la tipografía utilizada en el isotipo.

También se puede observar la alusión a equipamiento musical, en las noticias a cada lado del cuerpo de la página


**Browse Our Catalog**  
 Catalog: **Clothing Only** -Change  
 Criteria: **Show all clothing** -Change

 <b>16</b> Logo (T-shirt) Origin: USA These sizes are in stock: >> SMALL (Add-to-Cart) Price: \$16.99 Released: 2009	 <b>16</b> Logo (T-shirt) Origin: USA These sizes are in stock: >> SMALL
 <b>The Accused</b> The Curse of Martha Splatterhead (T-shirt) Origin: USA These sizes are in stock: >> XL (Add-to-Cart) Price: \$18.99 Released: 2009	 <b>Akimbo</b> Dragon Lord (T-shirt) Origin: USA These sizes are in stock: >> XL (Add-to-Cart)
 <b>All That is Heavy</b> David V. D'Andrea (T-shirt) Origin: USA These sizes are in stock: >> SMALL (Add-to-Cart) >> XL (Add-to-Cart) >> XXL (Add-to-Cart) Price: \$16.99 Released: 2009	 <b>Angel Witch</b> Angel Witch (T-shirt) Origin: UK These sizes are in stock: >> SMALL >> MEDIUM >> LARGE >> XL (Add-to-Cart)
 <b>Angel Witch</b> Baphomet (T-shirt) (Import) Origin: UK These sizes are in stock: >> SMALL (Add-to-Cart)	 <b>Asbestos</b> Asbestos (T-shirt) Origin: USA These sizes are in stock: >> SMALL (Add-to-Cart)

se ve en la parte superior lo que son claramente cabezales, emulando la construcción de amplificadores.

Dentro del header del sitio cuenta con un buscador, esto es muy útil a la hora de abarcar tanta información de bandas, discos y productos.

**Astra/Orchid**  
**David V. D'Andrea (Poster)**



QUANTITY:  

**AVAILABILITY: In Stock**

- Low Stock Warning  
Only 4 left in stock.  
Order soon. (info)

**PRICE: \$39.99**

**FORMAT: Poster**

**ORIGIN: USA**


**ITEM #: ATH-6863**

**SPECIAL FEATURES:**


- Four color screen printing.  
Limited edition of only 60 copies. Hand signed and numbered. Dimensions are 18 x 24 inches.

Click here for a larger, more detailed graphic of this item.

Also available from Astra/Orchid:



**Astra**  
 The Weirding (Color)  
 2LP - Info - Buy



The screenshot shows the Netlabels Chile website interface. At the top, there is a navigation bar with links for [Netlabels Chile], Noticias, Artistas, Discos, Netlabels, and RSS feeds for Noticias and Discos. The main content is divided into two columns.

**Discos**

Imagen	Título (Artista)	Etiqueta	Año
	El Arbol EP (EP) Joe Saavedra	Independiente (Sin Sello)	2011
	Un Cuento (Album) The Fernandos	Independiente (Sin Sello)	2011
	Pasarela Fracaso (Album) Horregias	Coraje Records	2011
	Compilado Coraje Records II (Album) Varios Artistas	Coraje Records	2011
	Almendral (Album) Pasto	Independiente (Sin Sello)	2011
	Johnny Yen (EP) The Suicide Bitches	Armatoste	2011
	Cheap Shit Shia (Album) Los Childrens	Armatoste	2011
	Sub_a / Sougud (Single) Fantasna	Discos Pegaos	2011
	Noches (Album) Patricio Maripani	Independiente (Sin Sello)	2008

**Géneros / Estilos**

- ambient
- acustico
- folk
- villancicos
- experimental
- folk digital
- electronico
- house
- cumbia
- improvisacion
- pop sicolodelico
- pop
- exploratorio
- noise
- downtempo
- electronica
- IDM
- drum & bass
- breakbeat
- sampladelia

**Acerca De Netlabels Chile**

Desde algunos años existen varios [netlabels](#) en nuestro país, pero no existía un sitio que reúna información respecto a sus lanzamientos, eventos, etc. [Netlabels Chile](#) es un sitio que busca cumplir

## 6.2 Tipologías Indirectas


### Netlabels Chile

Una de las iniciativas más importantes relacionadas con los netlabels en Chile. Netlabels Chile reúne gran parte de los netlabels existentes en Chile y muestra sus nuevos materiales, a través de un sistema de búsqueda asociado a

tags. Los nuevos discos que van sacando las distintas netlabels asociadas a Netlabels Chile son mostrados, incluso son descargables desde esta misma plataforma, con referencia al netlabel y a los artistas, junto con mostrar la licencia CC bajo la cual se encuentra la obra.

[ Netlabels Chile ]   Noticias   Artistas   Discos   Netlabels   Noticias   Discos

## Joe Saavedra - El Arbol EP



Label	Independiente (Sin Sello)
#Catálogo	
Formato	EP
Fecha	01 de abril de 2011
Estilo	Pop, Acustico, Electrico, Organico

Tweet Share


### Tracklist

1	El Arbol	03:55
2	La Tormenta	04:19
3	Escarabajos Rojos	03:23
4	Exilio	04:58
5	Tedio	05:22

### Créditos

Composición, Interpretación, Masterización, Producción	Joe Saavedra
--	--------------

### Descargar

[El Arbol EP](#)   Creative Commons (CC-BY-NC-ND-3.0)   

### Link Original

<http://joesaavedra.bandcamp.com/>

El objetivo de Netlabels Chile es difundir todas las obras generadas bajo los esquemas de netlabels, sobre todo lo que son trabajos licenciados bajo Creative Commons, apuntando a la esencia de compartir, reuniendo los distintos estilos musicales y dándoles un espacio.

### Acerca De Netlabels Chile

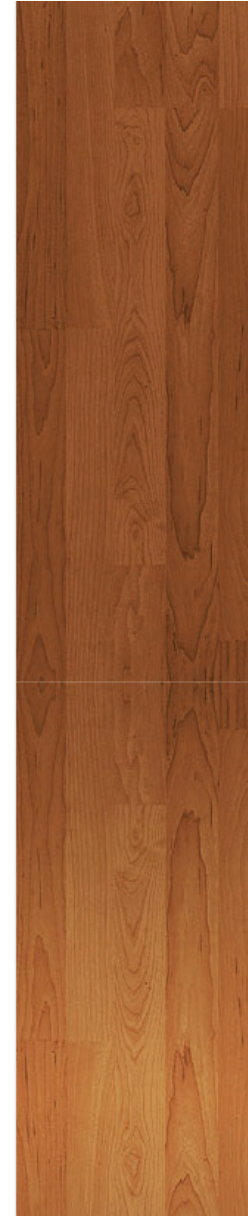
Desde algunos años existen varios [netlabels](#) en nuestro país, pero no existía un sitio que reúna información respecto a sus lanzamientos, eventos, etc. [Netlabels Chile](#) es un sitio que busca cumplir con esta tarea.

### Netlabels Que Seguimos (Via RSS)

- » [001 Records](#)
- » [ACS](#)
- » [ColectivoCroma](#)
- » [Cumshot Records](#)
- » [Dilema Industria](#)
- » [Discos Pegaos](#)
- » [Epa\\_sonidos](#)
- » [Esceptico Records](#)
- » [Estereo8](#)
- » [GLUED](#)
- » [Humilde Records](#)
- » [Jacobino Discos](#)
- » [Lodo](#)
- » [MDR](#)
- » [Michita Rex](#)
- » [Modismo](#)
- » [Organic Acoustic](#)
- » [Palacaga Discos](#)
- » [Pueblo Nuevo](#)

### Otros Netlabels Chilenos

- » [Impar](#)
- » [Neurotyka](#)



## 7. Conclusiones Preliminares

### 7.1 Análisis Externo

En estos momentos la situación política del país con respecto a lo que consta al proyecto se encuentra en una buena forma. Si bien no existe una postura específica del gobierno frente a la situación de las descargas online sobre contenido regulado con licencias Creative Commons, la obra que están realizando la ONG Derechos Digitales y el SISIB de la Universidad de Chile claramente lo están poniendo en el tapete. Esto claro también significa que no existe una ayuda o guía específica por parte del CNCA para proyectos que involucran estos temas, pero si existen los fondos concursables del Fondart que están dedicados al fomento de la música y la cultura en general dentro del país, siendo un problema de estos fondos que son realizados sólo una vez al año.

En relación a la legalidad de las licencias CC es un asunto que ya ha estado en funcionamiento durante los últimos 5 años, y su tarea no repercute de ninguna forma con el trabajo que realiza SCD, ya que las licencias no son una

opción exclusiva con respecto al copyright, sino que la labor que realizan esta simplemente más ligada con el mundo actual y los campos del procomún, siendo entonces una opción más atractiva para lograr los objetivos del proyecto.

Si bien este proyecto está enfocado una difusión local, apuntando dentro del país, la utilización de las herramientas web es fundamental, ya que uno de los grandes problemas, sobre todo con la labor que realiza la SCD, es la centralización de la cultura, con muy pocas iniciativas a nivel regional, siendo que las regiones son una fuente importante de nuestra fuente creativa, como país. Apuntar a una descentralización de la cultura, extendiéndola a sus extremos es la única forma de generar un crecimiento de la creatividad y el talento, siendo esto un punto esencial de lo que significa el procomún.

Tecnológicamente se han tomado resguardos en la investigación de contar con las últimas herramientas aplicadas a la difusión online, sacando el máximo partido a la hipertextualidad que nos provee el ciberespacio.



## **7.2 Análisis Interno**

La gran fortaleza de este proyecto radica en la espina dorsal, el procomún. Elementos de gran importancia como las nuevas tecnologías y el crecimiento de iniciativas relacionadas con las industrias creativas en conjunto con una forma nueva forma de ver los derechos de autor generan un gran peso, sobre todo al analizar que estos elementos tienen un trasfondo similar apuntado por el crecimiento de las personas, no sólo de forma particular como individuos, sino un crecimiento como comunidad.



# PROYECTACIÓN

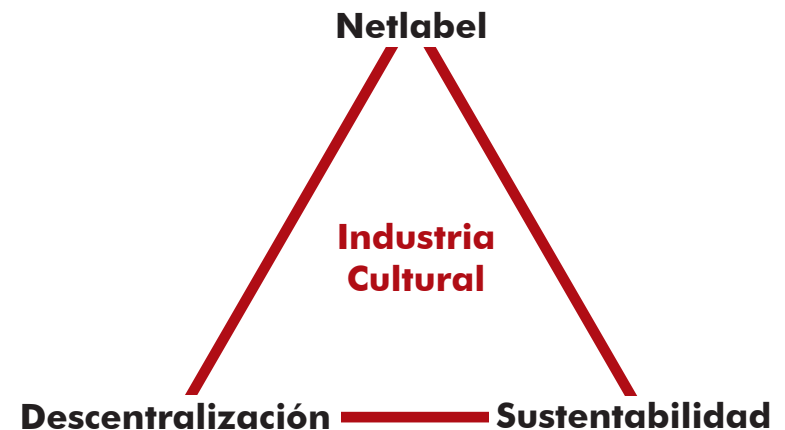


## 1. Planteamiento del Problema de Diseño

Los músicos independientes en Chile cuentan con un apoyo bastante escaso, el triunfo de algunos es a partir de un gran esfuerzo y las ganas de salir adelante gracias a su talento. Gran parte del apoyo y resguardo legal viene directamente de la Sociedad Chilena del Derecho de Autor (SCD) y del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes con el Fondo de Fomento para la Música. El trabajo que realiza el Fondo de Fomento a la Música no tiene un trasfondo estratégico, sino que más bien pasa por un apoyo económico a las iniciativas generadas por las personas a través de la gestión de fondos del Fondart. Estos fondos son divididos en cerca de 200 iniciativas de las 500 que se presentan cada año, contando fondos con becas y fondos para proyectos (C. Gallardo, comunicación personal, 23 de febrero, 2012).

Esto es en parte un alivio en el mundo musical independiente, pero existe un punto donde el apoyo es casi nulo, la difusión. La SCD cuenta con salas donde los artistas

pertenecientes a la Sociedad se presentan , pero estas salas sólo se encuentran es Santiago, ¿Qué es lo que pasa con los artistas de regiones? En estos momentos no existe un plan estratégico para el fomento de la cultura en regiones, lo que si existe son la gestión de los fondos que van para este fin por parte del gobierno central. Cada gobierno regional cuenta con una representación del CNCA, pero el trabajo que se



realiza es de la gestión de dineros y no un apoyo estratégico de difusión cultural o proyectos en particular con estas intenciones, ninguna región cuenta con algo que vaya por esta vía. El ejemplo que ha dado Valparaíso en el crecimiento cultural y de industrias creativas, va por una situación específica que es el posicionamiento de una rama del CNCA que se encuentra en ciudad, convirtiendo a Valparaíso en un eje de operaciones, pero esto se ha dado por un caso específico y no por una estrategia de fomento cultural en la región (C. Gallardo, comunicación personal, 23 de febrero, 2012).

La difusión es parte vital en el ciclo del artista, si no existe difusión es poco probable que el público llegue a tener contacto con sus creaciones, haciendo imposible para el artista llegar al profesionalismo, es decir vivir de su talento.

Hace un par de años en Chile empezaron a surgir las llamadas netlabels en Chile (Creative Commons Chile 2011), o sellos online, los cuales fueron posibles gracias a la llegada de las licencias Creative Commons. Las licencias permiten proteger a los artistas asociados a las netlabels como lo hacen el

copyright, pero a la vez conceden garantías para compartir y difundir las obras a través del ciberespacio, gracias a las herramientas que son provistas por las licencias, como el “digital code” que marca la licencia para ser encontrada a través de buscadores como contenido licenciado a través de CC. Otra de estas herramientas es el “common deed” que es un resumen digital de la licencia de la obra que está linkeado con el icono de CC que debe ir en el sitio web donde se encuentra la obra (Creative Commons Chile s.f. Tipos de Licencias).

Con tácticas de marketing de guerrilla<sup>7</sup> descargas gratuitas han posicionados a sus artistas asociados en la escena musical chilena. Esto ha sido un gran avance en el campo de la difusión musical, pero este avance no se traduce completamente en un proyecto sustentable para el artista.

---

<sup>7</sup> El Marketing de Guerrilla es un conjunto de estrategias y técnicas de marketing, ejecutadas por medios no convencionales, y que consiguen su objetivo mediante el ingenio y la creatividad, en vez de mediante una alta inversión en espacios publicitarios. Al no ser publicidad convencional permiten llegar al grupo objetivo de una forma diferente.

Las industrias creativas son el punto de quiebre de esta situación, significando un aporte mayor en el campo de la sustentabilidad a través de la generación de empleos y recursos enfocándose en la creatividad y el talento. Así lo ha visto el Gobierno de Chile dando espacios para grandes proyectos en la planeación de la política cultural 2011-2016 del CNCA (CNCA 2011).

El proyecto se inscribe dentro de este contexto, a partir de la creación un netlabel con tintes de industria creativa, se planea generar recursos y enfocarlos en dirección de los artistas, apostando por el crecimiento cultural del país.

El proyecto contempla la formación de una industria creativa para lograr la sustentabilidad del mismo. Tomando el talento y la creatividad de los artistas se pretende sostener el proyecto a través de la generación de merchandising y aumentando la posibilidad de shows dentro del marco de la difusión. Apuntando por una descentralización cultural se trabajará con artistas regionales brindando mayor apoyo al crecimiento cultural económico de las regiones.

Desde este punto de vista la descentralización cultural se transforma en una necesidad del usuario, y el proyecto se perfila a través de la misión nacional de la Universidad de Chile, una preocupación global del país a favor de un resguardo y un enriquecimiento de la cultura nacional (de Chile, U s.f. art.3).

El proceso de innovación se encuentra en la raíz del proyecto, experimentando con nuevas plataformas, nuevas posibilidades legales dirigidas a estas plataformas y apostando por un sistema sustentable a través de la industria creativa, una nueva forma de ver y hacer cultura que cuales ha sido integrada sólo hace un año en el CNCA.

## **2. Justificación de la Solución de Diseño**

El foco principal del proyecto es la promoción y difusión de las bandas independientes chilenas a través del networking, trabajando codo a codo, con todo su talento y creatividad, para generar alternativas de sustentabilidad como se explicará en el plan de negocio del proyecto. Ésta

es la estrategia global que se impone el proyecto como industria creativa. Desde esta perspectiva, es la generación de recursos asociados a la industria musical, como la venta de merchandising y la producción de eventos, una alternativa viable para la sustentabilidad del proyecto y sus artistas en el tiempo.

El proceso de descentralización en el que se enmarca el proyecto tiene una directa relación con la realidad nacional. Siendo Chile un país tan vasto culturalmente no se ve reflejado en un crecimiento real en las regiones, sino que se ve acotado en una producción centralista de la cultura, donde la mayor parte de la infraestructura y recursos dedicados al fomento y la difusión de la cultura se encuentran en la región metropolitana y sus alrededores.

El networking (trabajo en red) es la única vía para llegar a todo el país, contactando artistas de todas las regiones y de muchas ciudades que conozcan los problemas locales y las necesidades de su público, de esta manera las soluciones que puede brindar el proyecto no caen en una concentración

de los recursos, sino en una expansión de estos.

Para los objetivos del proyecto se ha decidido acotar la base de artistas independientes nacionales a través de un género musical específico, para de esta manera lograr una mayor identificación con el usuario. Por una parte las bandas, las cuales muchas de ellas ya se conocen debido a sus gustos musicales, influencias y tours que se realizan dentro del país. Por otra parte el público que ya conoce a las bandas de su ciudad y región otorgará un mayor nivel confianza en el proyecto, observando que la banda que conoce se encuentra dentro éste, confianza que se traspasará a los otros artistas que se integren.

El género musical elegido es el Stoner Rock<sup>8</sup>, junto dos géneros más asociados a éste, el Doom y el Sludge. De esta manera el proyecto se puede expandir dentro de una rama acotada de la música nacional.

Para este específico género ya existe un público cautivo, el cual está formado por los seguidores de bandas

---

8 Para mayor información remitirse al marco teórico capítulo 8



nacionales e internacional de esta música. Este proyecto espera llegar con gran fuerza dentro de este público, como también trascender al público rockero en general dentro del país, estamos hablando de decenas de miles alrededor de todo Chile como lo han comprobado los últimos supereventos realizados en el país, como los festivales Lollapalooza y Maquinaria con alrededor de 50.000 espectadores cada uno.

La decisión de manejar el proyecto como una industria creativa se debe a la generación de recursos para el proyecto y los artistas, apuntando a la trascendencia del proyecto en el tiempo, además de convertirse en una alternativa de retribución para los artistas.

### 3. Definición de Códigos Visuales

#### 3.1 Análisis del Código Visual

Para analizar los códigos visuales se analizaron las caratulas de discos, posters e ilustraciones que están relacionados con la imagería del Stoner Rock.





Código Cromático: Lo primero, y más básico, que salta a la vista es la utilización del negro y el rojo. Si bien el negro es un color utilizado en gran parte de las piezas con relación al rock más duro, en las piezas de Stoner Rock se utiliza frecuentemente en contraste con colores más llamativos, como los son el rojo, el celeste, el verde, los morados, naranjos y el amarillo. El color rojo también es utilizado por bastantes géneros inscritos en el rock, en el caso del Stoner Rock la utilización de este color se ve relacionada con sus orígenes e influencias desérticas, utilizando frecuentemente gamas desde el rojo escarlata hasta el amarillo.

La utilización de contrastes con colores llamativos obedece a la influencia del rock psicodélico, como se puede ver en la utilización de formas con perfiles curvos y colores







resaltantes. El alto contraste con el negro se utiliza para enfocar la vista a las figuras de color negro, que normalmente son las que tienen el contenido más significativo de las piezas.

**Código Tipográfico:** La influencia del arte psicodélico de los años 60 se ve muy marcada en el código tipográfico utilizado, donde la relación entre los caracteres obedece al desarrollo de formas, normalmente curvas, donde la composición tipográfica se convierte en un recurso distintivo en la visión general de las piezas.

**Código Lingüístico:** Apela notoriamente a sus influencias desérticas, psicodélicas, el contacto con la naturaleza, la magia y a la utilización de drogas, como la marihuana y el LSD. Esto gran parte de los casos, en el nombre



de bandas y en el nombre de sus discos. Nombres como: Slo Burn, Green Goblin, Sleep, Acid King, Sixty Watt Shaman, Dozer, Los Nata, Yajaira, Hielo Negro, The Winexperience, entre otros.

**Códigos Espaciales:** Este tipo de código es variable dentro de las piezas, donde bandas con una mayor influencia psicodélica tienden a utilizar más elementos dentro de las piezas donde se relacionan a través de sus perfiles curvos y dinámicos. Por otro lado bandas con una influencia más oscura del Doom Metal utilizan en sus piezas menores cantidades de elementos, dando paso a una relación de elementos que trabajan en función de destacar el elemento más relevante de la composición. Esta diferencia también la podemos ver en la construcción de planos, donde las piezas con ilustración psicodélicas utilizan solo un plano, dando foco al constructo completo, en cambio en el otro tipo de piezas vemos una conformación de planos más complejos, donde el elemento con mayor carga simbólica se encuentra en el plano más cercano y los planos de fondo evocan parajes desérticos.



### **3.2 Branding Naming**

La creación del un nombre para el proyecto obedece a la marca sobre la cual se desarrollará un netlabel, el cual será la cara visible del desarrollo del proyecto.

Para la elección del nombre se realizó un listado de conceptos asociados con el género musical Stoner y posteriormente se realizó una tabla connotaciones enmarcada bajo cuatro factores que son considerados importantes dentro de la imaginaria de este género en particular.

#### **Tabla de Connotaciones Parámetros:**

**Música:** La relación con el estilo musical debe ser fuerte y representativa. Si bien el Stoner Rock tiene influencias variadas dentro del género Rock sigue siendo un estilo marcado, por lo tanto el acercamiento a una mejor representación del estilo y su diferenciación con otras ramas del Rock es un punto clave.

**Naturaleza:** La relación del Stoner Rock con la naturaleza es palpable, en las letras musicales y en la gráfica existente, pasando a formar un elemento intrínseco del género. Su relación más cercana es con los desiertos y sus elementos, como la vegetación agresiva, las piedras y el sol. Esto es por el lugar de origen de este género, al expandirse también lo hizo el interés por otros tipos de paisajes, como los bosques y el mar, recurriendo también a parajes místicos como los sueños de paraíso.

**Potencia:** Una gran diferencia del Stoner Rock con otros géneros asociados es su potencia, no en cuanto a decibeles o a la velocidad de las interpretaciones, sino a la potencia que es generada por entonaciones bajas, guitarras y bajos afinados en Re y algunos casos en Do, con una gran cantidad de distorsión generada por una alta ganancia y efectos como el fuzz y el flanger, percusiones que cuentan con una entonación más baja gracias a los sonidos producidos por bombos y toms de gran tamaño. Todos estos elementos combinados con el tempo de la música generan un sonido

muy particular, donde la potencia es clave.

Mito: La mitología que gira alrededor del Stoner Rock es rica y muy variada. Con influencias como la mitología creada por Lovecraft, el existencialismo, y la percepción espiritual dentro de su tendencia psicodélica hacen del Stoner Rock un género muy introspectivo.

Esta tabla contiene valores de 1 a 3, siendo tres el máximo de nivel de identificación con los parámetros anteriormente descritos.

### Fundecráneos

	1	2	3
Música		X	
Naturaleza	X		
Potencia			X
Mito			X

### Coyote Derretido

	1	2	3
Música		X	
Naturaleza			X
Potencia		X	
Mito	X		

### Bao Frecuencia

	1	2	3
Música			X
Naturaleza	X		
Potencia			X
Mito	X		

**Árida Frecuencia**

	1	2	3
Música			X
Naturaleza		X	
Potencia		X	
Mito	X		

**Valle Dormido**

	1	2	3
Música		X	
Naturaleza			X
Potencia		X	
Mito		X	

**Generador de Dunas**

	1	2	3
Música		X	
Naturaleza			X
Potencia		X	
Mito	X		

**Humo Fundido**

	1	2	3
Música			X
Naturaleza	X		
Potencia		X	
Mito	X		

La elección para el nombre del proyecto está también regida bajo algunas reglas impuestas para una mejor comprensión y aceptación por parte de público objetivo. Éstas son:



- No debe parecer, o alejarse lo más posible al nombre de una banda, un disco o una canción. Esto es para evitar una lectura errónea de lo que es el proyecto.

- Debe ser atractivo para las bandas y para el público objetivo por igual.

- Debe estar en español. Muchas de las bandas en Chile, de este género en particular, tienen su nombre en español y sus canciones también están en español, para corresponder a esto el nombre debe ser en español.

La elección se reduce a 2 nombres, Fundecráneos y Valle Dormido. Fundecráneos alcanza el nivel máximo en dos de los cuatro parámetros, haciéndolo un nombre más representativo, pero también tiene el nivel mínimo en el parámetro con relación a la naturaleza. Valle Dormido alcanza el nivel máximo en su relación con la naturaleza y un nivel medio en

los otros parámetros, logrando un alto nivel en la tabla de connotaciones, pero el problema que existe con el nombre Valle Dormido es su relación con el género Doom. La relación se encuentra en la palabra "Dormido", debido a que los tiempos lentos, musicalmente hablando, son representativos del Doom y la palabra "Dormido" hace una clara alusión a esto. Si bien el Doom es una gran influencia para el Stoner Rock estos son géneros distintos y el nombre Valle Dormido no representa la totalidad del proyecto, desde un punto de vista musical.

El nombre escogido es Fundecráneos, debido a que es el nombre que representa el proyecto de una manera más íntegra. Para efectos de Branding se utilizará el nombre en altas, de esta manera el tilde asociado a la palabra cráneos pueda ser omitido o minimizado en la construcción de la marca para generar una mejor lectura de los conceptos.

## Conceptualización

FUNDECRÁNEOS es un nombre compuesto, si bien la relación entre los elementos de "Fundir" y "Cráneo" es potente y determina una acción, empezaré por conceptualizar ambos elementos por separado.

## Fundir

Fundir tiene dos grandes conceptos asociados, por un lado está el proceso de fusión y por otro lado el proceso de fundición. La fusión es parte del proceso de fundición, pero se pueden generar distintas lecturas si lo tomamos como dos procesos distintos.

El proceso de fusión es un proceso físico, donde la materia cambia del estado sólido a líquido por acción del calor, en cuanto más duro sea el elemento sometido al calor mayor es la temperatura a la que debe estar expuesto para realizar el proceso y llegar al punto de fusión.

La fundición está asociada al proceso de fusión, pero se denomina fundición cuando se trata de sustancias como los

metales, que deben estar expuestos a una gran temperatura y a una gran presión para alcanzar su punto de fusión. Esta gran presión y temperatura a la que se ven expuestas los metales las podemos asociar a colores muy fuertes y saturados, como el acero al "rojo vivo", los colores rojos, anaranjados y amarillos son predominantes en el proceso de fundición.

También está asociado al concepto de lo industrial, con el manejo de moldes y grandes maquinarias, junto con el uso de elementos de la naturaleza, como lo son los metales que se encuentran incrustados en la corteza terrestre y la importancia de la arena en lo que involucra la construcción de los moldes que son vitales para todo el proceso. No solo son las altas temperaturas las que nos producen un sentido de poder y potencia, sino también lo que involucra obtener los materiales para fundir, los metales son extraídos a través de un arduo trabajo donde el poder físico es de gran relevancia.

El Stoner Rock no se caracteriza por tener integrantes de bandas de gran poder físico o por utilizar grandes elementos en sus escenarios, pero la relación con el poder,

la presión, la intensidad y la potencia de la fundición pasan por un elemento más relevante, la música. Las entonaciones graves, distorsiones y pesados riffs en conjunto con un tempo "groovy" hacen sentir a la audiencia una gran intensidad y una presión que se siente desde los oídos hasta el estomago, no por el volumen de los instrumentos, sino por la potencia que se distingue este género.

### **Cráneo**

El cráneo o la calavera es una imagen que en las artes plásticas y a lo largo de los siglos ha sido símbolo de la caducidad de las cosas humanas. Hans Holbein el Joven es el artista que más hondo cavó en los secretos y lecturas que nos ofrece esta imagen.

"La calavera es la cabeza del hombre o de cualquier otro animal, ya despojada por la muerte de todo adorno exterior e interior de facciones y sentidos, la armazón de los huesos en que se contempla una horrorosa figura de lo que fue. " (de Autoridades 1726 "Calavera")

Esta "horrorosa figura" irrumpe en la Edad Media en las célebres danzas de la muerte (en francés dances macabres, en alemán totentanz). En estas escenas de danzas los bailarines bailaban con los esqueletos de los muertos o a veces el esqueleto simplemente aparecía integrado a la escena como símbolo de la muerte.

A este segundo caso pertenece la serie de grabados en madera de Hans Holbein el Joven (1497-1543) y sus ilustraciones del Antiguo Testamento.

Tal vez por su reducido tamaño, el tema no alcanza a horrorizar. Lo macabro inclusive tiene algunos tintes de humor grotesco. Tiempos de masivas mortandades que afligieron a Europa y cuyos ecos asoman aquí y allá en algunos autores.

Contemporáneo a Holbein, Alberto Durero (1471-1528) deja ver en su magnífico grabado en metal "El Caballero, la Muerte y el Diablo" que tal vez hay que enfrentarla con el coraje de un caballero andante.

La meditación junto a la calavera recobra ímpetu en

el Renacimiento acompañando a veces la figura de algún anacoreta, pero alcanzando su máxima expresión en el Hamlet shakesperiano.

En la enigmática obra "Los embajadores" ejemplo de intertextualidad en la pintura Holbein disfraza la imagen de la calavera para obligar al espectador a internarse en el Laberinto de secretos de la obra. Sólo una imagen turba el conjunto de esos dos ilustres visitantes y la sinuosidad de la escena, aparece como un objeto que no puede identificarse en primera instancia, salvo si el espectador se desliza un metro y medio hacia la derecha u observa la imagen a través del cristal de una copa. Aparece entonces claramente la calavera que la anamorfosis no permitía distinguir.

El tema de la muerte y de la calavera es el más autobiográfico del artista en esta obra, Toda la carrera de Hans ha tenido como emblema la muerte.

Alrededor de 1520 (aunque recién se publican en 1538) realiza una serie de dibujos reunidos bajo el título de "Simulacros de la muerte". Obsesión personal del artista



o ecos de los dolorosos episodios que ha vivido, en 1519 muere su hermano, 1525 las guerras de los campesinos, más tarde la revolución de los iconoclastas con hogueras de obras de arte.

La alucinación holbeniana de sus 58 dibujos nos conduce a través de distintas variaciones del tema de la calavera en situaciones típicas: en la habitación del astrónomo, la del doctor, la del avaro, la del viejo, la de la vieja, la del niño.

Tomás Moro comenta en "La isla de Utopía": "Nosotros presentamos la muerte y creemos en ella desde muy lejos, y, sin embargo, ésta está oculta en lo más secreto de nuestros órganos"

La muerte es un misterio, tal como se nos aparece en "Los embajadores" de Holbein. El artista ilustra además una edición de 1515 del "Elogio de la locura" de Erasmo de Rotterdam, llenándola de símbolos de muerte.

La introspección presente en el Stoner Rock, a través de su música pesada y sus letras, nos lleva en algunos instantes

a pensar acerca de los laberintos del ser, siendo la muerte el secreto mejor guardado y el más buscado. Junto también con la temática lúgubre, la muerte se muestra en gran parte de las piezas que se utilizan, afiches, caratulas de discos, incluso en las letras de las canciones. Siendo, en todos estos casos, la calavera el principal símbolo para situarnos frente a la muerte.

La temática lúgubre que mencioné viene de la mano con el sonido que se impone en el Stoner, un sonido pesado con tiempos medios-lentos que nos dirige hacia un plano más personal, más abstracto del ser en ese sentido, que nos puede llevar a una reflexión más espiritual. Si bien las temáticas cambian con las bandas y los discos, se puede apreciar que el hilo conductor se inclina hacia la situación que estoy describiendo.





## Desarrollo del Código Visual

**Código Cromático:** El código cromático estará marcado por la utilización de colores cálidos, reflejo de la marcada influencia de los paisajes desérticos en el género Stoner. Junto con los colores cálidos se utilizará el color negro, proveniente de las raíces del Hard Rock, donde se utiliza para reflejar lo pesado y oscuro del estilo musical.

Para esto se ha escogido un rojo insigne para el logotipo el cual será el color representativo de FUNDECRÁNEOS. Junto con el rojo se ha escogido un color dentro de la gama de ocres y el color blanco, para obtener un buen contraste con el rojo y el negro.

Dentro de la descripción de los colores dentro de las paletas, la más importante es la paleta RGB, ya que al trabajar sobre una plataforma online, la interacción con el usuario se realiza a través de la pantalla.

La descripción RGB, CMYK y Pantone es la siguiente:

-  Negro: CMYK = 100, 100, 100, 100; RGB = 0, 0, 0
-  Blanco: RGB = 255, 255, 255
-  Rojo: RGB = 225, 27, 34; CMYK = 0, 100, 100, 5; Pantone 485 C
-  Ocre: RGB = 253, 194, 96; CMYK = 0, 25, 90, 0; Pantone 123 C

Otros colores podrán ser designados dentro de la estrategia tecnológica y de difusión, para diferenciar bandas, merchandising y eventos.

**Código Tipográfico:** La tipografía seleccionada para el isotipo de la marca es la Futura Extra Bold. Fue seleccionada por su modernidad e identificación con el género musical a través de sus trazos gruesos con terminaciones geométricas.

Otro motivo de la elección de esta tipografía es utilización por parte de una de las bandas con gran influencia en la creación del género, Black Sabbath, quienes la utilizaron en su disco "Masters of Reality", catalogado como uno de los discos ilustres de la banda.

## **FUTURA EXTRA BOLD**

Junto con esta tipografía específica, se utilizarán versiones de esta familia, como la Futura y la Futura Bold. Este uso no sólo se dará en la plataforma, sino que en todas las piezas que tengan una relación directa con la marca.

## FUTURA

## **FUTURA BOLD**

Para el diseño de piezas que tengan que ver con las bandas se usarán tipografías acordes a su estilo musical es-

pecífico, siempre manteniendo una línea moderna y atractiva según sea el caso.

**Código Espacial:** Se utilizará una marcada diferencia de planos sobre el eje z, de manera tal que las piezas diseñadas tengan una mayor carga simbólica, enfatizando el contraste entre las formas y el fondo. De esta forma lograr estimular al usuario con la relación entre las formas, el contenido y su carga simbólica.

**Código Fotográfico:** Se utilizarán fotografías para mostrar a los integrantes del proyecto, las bandas y las personas detrás de la producción. Las fotografías se centraran en el elemento principal separándolo del plano posterior a través de alto contraste. Se trataran las fotografías con filtros fotográficos de altos contraste y colores.

Se dará el mismo tratamiento simbólico que se le proporcionará a las piezas gráficas.

**Morfosintaxis:** Para la construcción y desarrollo de las piezas se utilizarán formas curvas y dinámicas, que denoten movimiento y fuerza, con formas gruesas que demuestren lo

pesado del género musical junto con este dinamismo y mezcla de influencias propio del Stoner. Estas formas curvas serán influenciadas por el arte psicodélico y mezclada con la oscuridad y el tratamiento "grunge" o gastado, sucio de alto contraste que podemos ver en algunas de las portadas de los discos, posters y afiches.

Siempre definido por la simpleza, no habrá un sobrecargo de formas, más bien serán utilizadas para realzar la carga simbólica del elemento de atención, ya sea el código lingüístico, tipográfico, fotográfico o ilustrativo, apelando a un uso determinado de las formas, no sólo decorativo.

## Desarrollo de Logotipo

### Propuestas









**FUNDE**  
**CRANEOS**



**FUNDE**  
**CRANEOS**



**FUNDE**  
**CRANEOS**

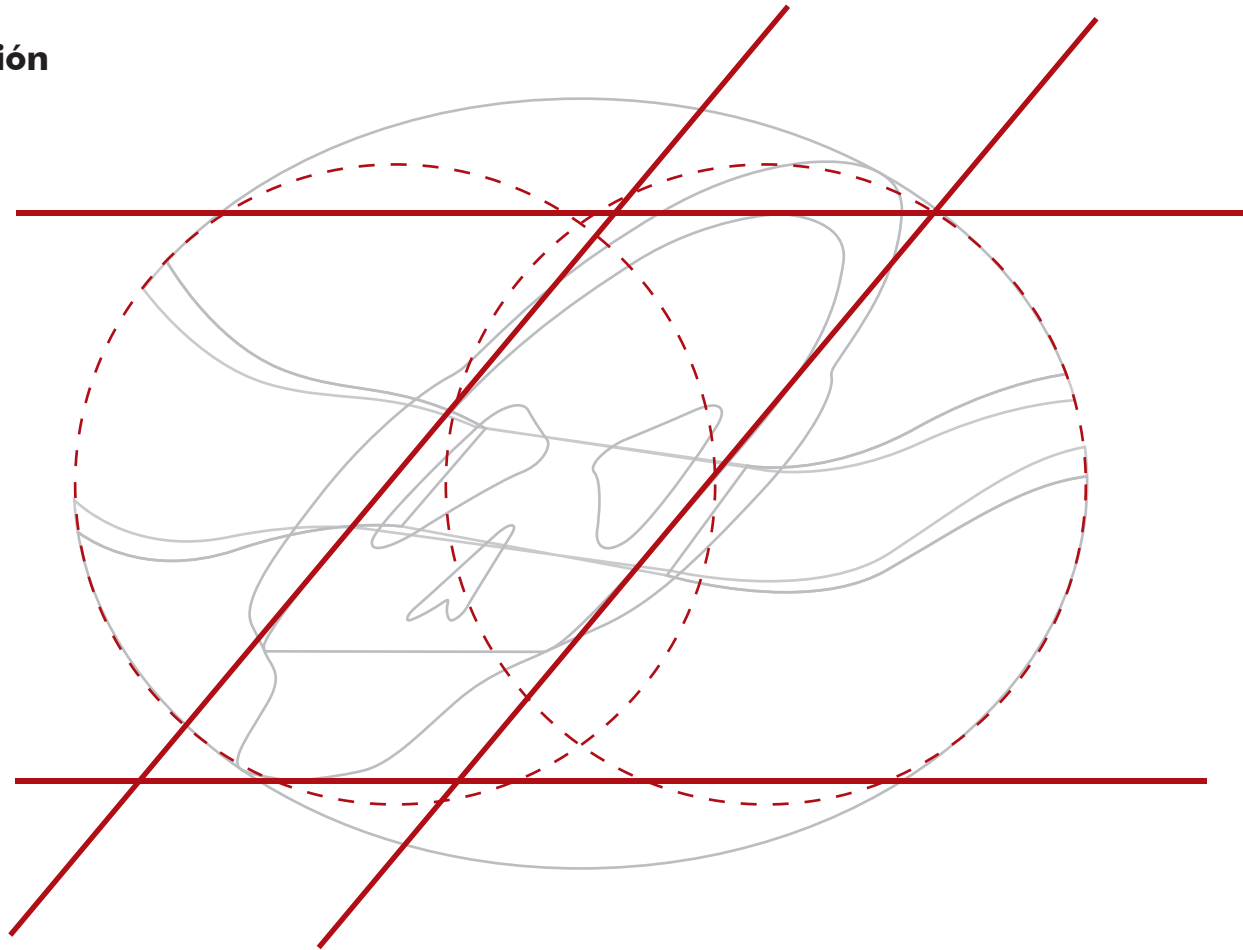




**Isotipo Final**

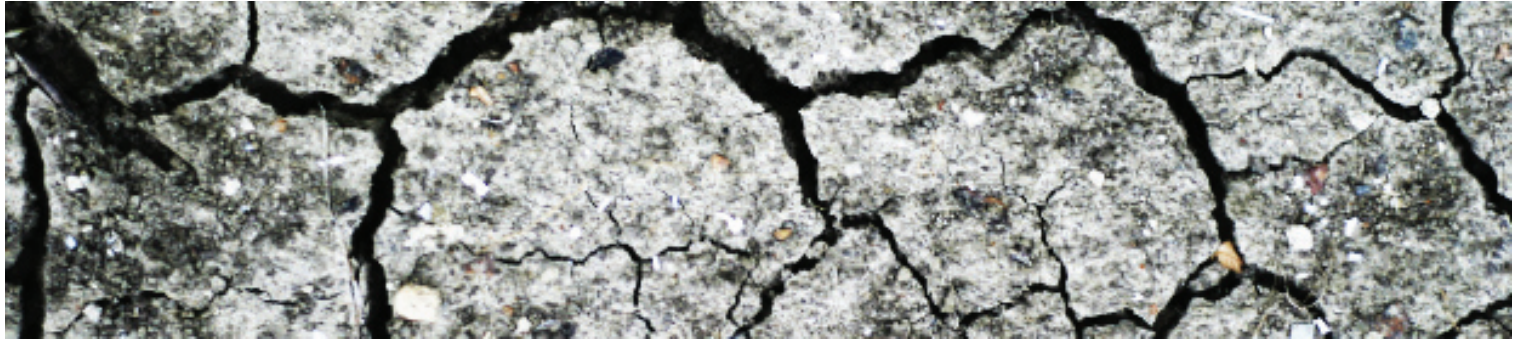


**Normalización**

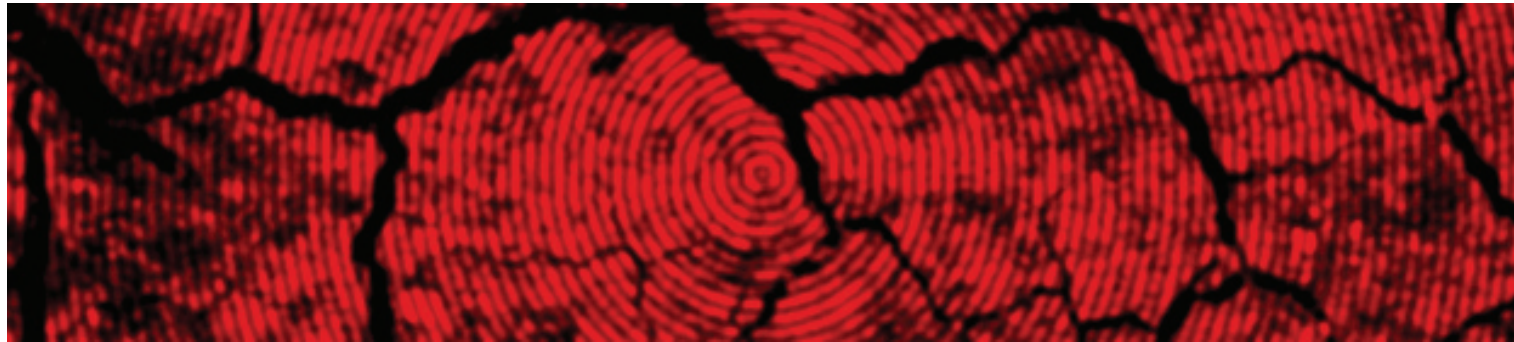


**Logotipo Final****Aplicación**

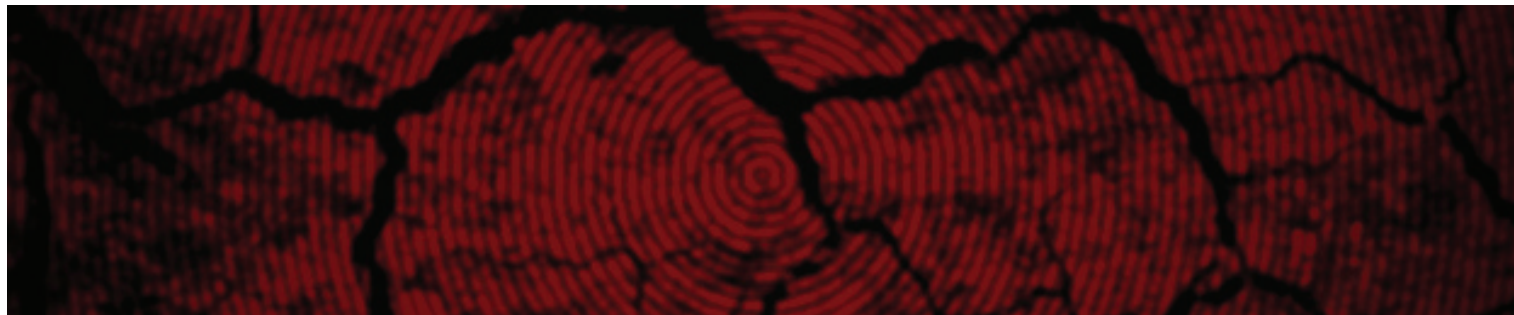
## Proceso de Aplicación



Filtro de alto contraste y patrón de semitono



Filtro de Iluminación



## 4. Definición de Estrategia Tecnológica

### 4.1 Difusión en red

El hilo conductor de la estrategia tecnológica es la difusión, específicamente alcanzar una mayor y mejor difusión.

El medio principal que tienen las bandas en estos momentos son los shows en vivos. Los shows en vivos han sido claves desde los principios de la industria cultural de la música, es el lugar donde se reúne el artista y el público. Un ejemplo es Hielo Negro, banda insigne del Stoner Rock en Chile se presentó 3 veces en vivo el mes de diciembre del 2010 y 6 veces en vivo el mes de enero de este año, su éxito va acompañado de buena música y difusión. Dentro de los shows en vivos existe un punto importante, la difusión del show. Ésta se está realizando a través de afiches web<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Son imágenes con el mismo formato que un afiche, utilizando una diagramación similar, pero la diferencia es que se distribuye a través de Internet.

y avisos en blogs, páginas webs especializadas, hasta en redes sociales.

Lo segundo, en nivel de importancia para las bandas hasta ahora es el la difusión en red, específicamente el streaming y las descargas online. Gran parte de las bandas de Stoner Rock cuentan con su música en el ciberespacio, ya sea en modo streaming (MySpace) o descargas (blogs, Taringa). Sólo Hielo Negro, dentro de las bandas nacionales, cuenta con una venta de discos online, y solamente de su última producción "Altas Mareas" (Hielo Negro s.f. Tienda online). Importante es mencionar el alcance que tiene MySpace en Chile, estamos hablando de 246.000 visitas realizadas sólo en el mes de enero de 2010 (Comscore 2011).

Al tocar el punto de las descargas se vuelve más complejo el horizonte. El streaming se realiza de manera gratis y es decisión de las bandas poner su música como estrategia de difusión, pero las descargas, gran parte de estas, se realizan sin el consentimiento de las bandas. Estas mayoritariamente se realizan a través de usuarios de blogs que



suben la música a servidores de descarga, como por ejemplo Mediatrack, o a través de la página Taringa, que es reconocida por tener material sin consentimiento de los artistas. Esto no es un problema de los servidores o de las webs con este servicio, sino que se trata de una utilización inescrupulosa de los usuarios, debido a que las bandas cuentan con material online con su consentimiento para compartir, que a la vez viene con otra información que es importante para la banda, como la promoción de sus próximos shows, el lanzamiento de un nuevo disco, etc. Al colgar enlaces de descarga directa en otros lugares dentro del ciberespacio, la información que era relevante para las bandas se pierde, y a pesar de que la música logra ser difundida es un punto muy sensible que esta sea descargada sin consentimiento ya que se trata de artistas independientes y son ellos mismos los que suben su música para sus seguidores y algunos no cuentan con protecciones legales como la afiliación a la SCD.

Es aquí donde las licencias de Creative Commons pueden marcar una diferencia importante, si el artista da su

consentimiento para que su música sea difundida online para su descarga queda estipulado a través de la licencia y si es así tiene toda la protección legal que las licencias pueden brindar ante un posible aprovechamiento de las obras. El proyecto se inscribe justamente en esta línea.

La venta de discos también se realiza, pero no en grandes tiendas de música, sino que en tiendas específicas de rock pesado y en los shows en vivo. Son las mismas bandas las que se encargan de tener sus discos en los shows para ofrecerlos, además de merchandising, como por ejemplo poleras.

Otro medio utilizado para la difusión son los blogs y revistas especializadas. En los blogs son los mismos aficionados los que se encargan de dar difusión a sus bandas favoritas y bandas conocidas, también se encargan de promocionar los shows en vivo, cuanto mayor información tengan estos blogs mejor son vistos por los demás aficionados.

Nunca hay que dejar de lado la difusión oral que se produce por los mismos aficionados en sus círculos sociales.

En este contexto se constituye el proyecto, específicamente la estrategia tecnológica y el plan de desarrollo sustentable, utilizando los actuales medios actuales que las bandas están utilizando, pero integrándolo dentro del networking, funcionando en compañía de otras bandas apuntando por un objetivo compartido.

El dispositivo principal de difusión es la plataforma web. Aquí se reunirá la información del proyecto junto con las obras de las bandas y los productos de merchandising.

La plataforma constará con una interfaz de usuario simple, sin complejidad. Esto quiere decir que no existirá una profundidad de más de 4 "clicks", llegando a un objetivo específico. Esto dentro de cada sección.

Primero el usuario se encontrará con el home, el cual contendrá un menú para las secciones y noticias acerca de las secciones. Las noticias llevarán también a las secciones mostrando un objeto específico del cual trata la noticia, esto puede ser, alguna banda nueva, algún disco nuevo, algún evento nuevo o algún producto de merchandising nuevo o

en oferta.

El menú contendrá las siguientes secciones: Quienes Somos, Bandas, Productos, Eventos y Contacto.

La sección "Quienes Somos" otorgará información acerca del proyecto y las personas a cargo, es decir yo y las entidades que decidan sumarse al proyecto con los links correspondientes.

En "Bandas" se encontrarán las bandas, una pequeña biografía y sus discos. Al acceder nos encontraremos con las bandas y sus discos, la opción de leer la biografía aparecerá pero no estará directamente puesta en la página. Está aparecerá en una ventana desplegada en Javascript Lightbox dentro de la página de la banda. Cada disco se encontrará con su caratula y el ventana desplegada de la biografía aparecerá esta información en conjunto con fotos de la banda.

En "Productos" nos encontraremos con tres subsecciones o categorías correspondientes a los tres formatos elegidos para ofrecer. En cada categoría de producto se encontrara

la totalidad de productos, por ejemplo las poleras de todas las bandas, con un máximo de 6 productos por página de la categoría. La posibilidad de ordenar se encontrará junto con cada producto. La forma de pago se realizará a través de un depósito bancario, el cual puede ser online o en alguna sucursal. Para esto se diseñará un formulario para que el usuario deje sus datos junto con su compra, donde también se le guiará a través del proceso. Primero el usuario encargará el producto elegido, luego debe hacer el depósito y enviar el comprobante correspondiente al pago. Cuando se obtenga el comprobante se realizará la boleta correspondiente y se procederá al envío del producto. Luego de unos días se realizará un chequeo de la entrega al usuario.

En "Eventos" encontraremos una planificación con los eventos a realizar, y los eventos a los que asistirán las bandas asociadas al netlabel. Cada evento contará con su afiche correspondiente si éste existe y la información necesaria para asistir, lugar, fecha y hora. Los eventos generados por el netlabel constarán todos con afiche.

La sección "Contacto" contendrá la información de e-mail y números telefónicos correspondientes. El netlabel constará con su propio e-mail.

La difusión se realizará a través de webs asociadas al Stoner Rock y las redes sociales. Constará de información en conjunto con ilustraciones atractivas para el público, a manera de flyers web. Se creará un usuario de Facebook para el netlabel mediante el cual se informará de las últimas noticias del netlabel, al igual que en el home de la plataforma. El proyecto plantea insertarse dentro de la comunidad existente de Stoner Rock en Chile, logrando contacto con las bandas y sus seguidores a través de las redes sociales, siendo éste el punto de partida para consolidar la marca y hacerla un emblema del Stoner Rock en Chile.

## 4.2 Función como Network Manager

El Stoner Rock se definió a principios de la década de 1990, con la formación de la Kyuss y la aparición de su primer disco "Blues for the Red Sun", normalmente citado como el primer disco Stoner Rock. Kyuss y Sleep, otra banda norteamericana del mismo género, fueron los impulsores de este nuevo movimiento el cual empezó a crecer tanto en popularidad como en número de bandas. En 1995 Kyuss se disolvió y sus integrantes formaron otras bandas del mismo movimiento. Ya en 1997 con la aparición de varias bandas, de las cuales gran parte se encontraban en el sudoeste de EE. UU., se creó un sello específico del género llamado "MetorCity Records" el cual lanzó el álbum compilado "Welcome to MeteorCity" que incluyó una gran cantidad de bandas Stoner de todo el mundo. El álbum incluyó bandas emergentes como Sixty Watt Shaman, Lowrider, The Atomic Bitchwax, Dozer, Goatsnake, Drag Pack, incluso la banda argentina Los Natas.

Luego el Stoner tomó vuelo y para el principio del nuevo milenio se podía ver una escena musical firme y una

exposición en alza.

El caso de MetorCity es una influencia para este proyecto, como sello musical es paradigmático el hecho que tomaron algo en lo que creyeron, que nadie veía, y lo llevaron a cabo de manera excelente a través de la inclusión de miembros del movimiento en todo el mundo.

Dentro de este marco, la función del Network Manager será proyectar el género Stoner a un nivel de red nacional, intentando abarcar el mayor número de bandas para formar enlaces de información que sea accesible para todos los interesados. Esto significa un trabajo en conjunto con las bandas a nivel de creación y difusión de imagen. Esta imagen comprende un marco más amplio que la particularidad de cada banda, apuntando a un reconocimiento del aporte creativo que están realizando a la cultura del país.

En estos momentos existe la conexión entre las bandas dentro de la escena nacional, muchas se conocen porque han realizado shows en conjunto, pero no existe la pretensión de generar una imagen-país (en este caso particular también podríamos

hablar de sonido-país) del género. Casos como el Stoner estadounidense, el europeo (concentrado en las regiones nórdicas) y el argentino demuestran que es un objetivo factible, y en materia creativa musical el Stoner chileno no se queda corto.

Una herramienta para este propósito son las licencias CC, gestionando las creaciones en materia legal, abriendo un mayor espectro de opciones para la difusión de las obras a través de Internet.

El manejo del diseño y gestión web es uno de los componentes más importantes dentro de las funciones del Network Manager. La constante relación con los usuarios es imprescindible. Para esto se utilizará la red social Facebook, permitiendo una constante actualización de información y feedback. La comunicación con el usuario se concentrará en este frente, posicionando la plataforma y la imagen del proyecto.

El diseño, producción y venta de los productos también serán responsabilidad del Network Manager, por lo menos mientras la magnitud de crecimiento del proyecto lo permita.

### **4.3 Plan de Desarrollo Sustentable**

#### **Plataforma Web y difusión en red**

La plataforma web es el medio principal de comunicación y difusión del proyecto, apilando, ordenando y catalogando la información importante acerca del proyecto y las bandas asociadas. Siendo la cara visible, la plataforma se comportará como una netlabel, permitiendo la descarga gratuita de las obras que las bandas estén dispuestas a difundir. Un ejemplo del funcionamiento de esto es la difusión de Singles , los cuales son una muestra de lo que puede llegar a ser un disco en el futuro, captando la atención de los seguidores sobre el trabajo que se está realizando. Esto son casos específicos que serán parte de la guía que se les dará a las bandas, formándolas dentro de estrategias de marketing.

¿Por qué de forma gratuita? La música es la base de todo el proyecto y sobre todo el hecho de compartirlo y difundirlo con el público y otras las otras bandas, de

esta manera llegar con un mayor impacto. La idea no es enfocar el proyecto en la venta de música, sino generar una diferencia con la industria imperante, al ofrecer un mejor y mayor acceso a la música (y a la cultura en general) de esta forma se logra una mayor conexión con un público que está contando con nuevas ideas sobre los derechos de autor.

Para proteger a los músicos que quieren ser parte del proyecto se ha pensado en una opción distinta a los derechos de autor y a entidades como la Sociedad Chilena del Derecho de Autor (SCD), esto es Creative Commons. Creative Commons es una iniciativa generada bajo un nuevo ideal para la libertad creativa, cambiando el paradigma del sistema tradicional de los Derechos de Autor con "todos los derechos reservados" a un nuevo tipo de licencias legales con "algunos derechos reservados", protegiendo las obras, pero permitiendo el crecimiento cultural otorgando a otros artistas ocupar la obra, bajo tus condiciones, para seguir generando nuevas creaciones. Las condiciones son puestas por las licencias las cuales están a elección del artista.

Las licencias pueden ser utilizadas por las bandas de la manera que estimen pertinente y de ninguna manera el proyecto hará un mal uso de estas ya que estarán bajo el poder de las bandas.

Otro punto importante acerca de las licencias es que estas no obstruyen los derechos de autoría que ya poseen sobre sus obras, las licencias pueden funcionar a la par con las leyes de copyright pero brindando algunas ventajas por sobre estas, como es el hecho de poder compartir a través de internet.

Está bajo la decisión de las bandas la música que quieran poner para descargar, no es necesario poner todas sus obras, es decir tal vez uno o dos de sus discos (si poseen más) o una selección de temas, tampoco es necesario poner los temas en una versión de máxima calidad digital, pero si el proyecto ha fijado un límite de 192 Kbps como mínimo. Cualquiera sea la elección de música y combinación de licencias que se decida aplicar, todo se verá reflejado en la plataforma web, es decir que al lado del botón de descarga se encontrará el símbolo de la combinación de licencias junto

con un link a una versión más extensa de lo que significan las licencias. Todo esto es proveído por Creative Commons.

### **Productos**

El sello online contará con 5 productos de merchandising. El producto principal, y es el más acostumbrado para las bandas de rock, son las poleras. Estas serán diseñadas a partir de la imaginería del Stoner Rock relacionada a las bandas y al sello. Serán impresas por terceros, en serigrafía, otorgando una buena calidad en la impresión. Luego estas serán empacadas en un packaging diseñado para el propósito, en bolsas selladas para su envío a todas partes de Chile.

El segundo producto, en orden de importancia para el sello y las necesidades del público, se trata de pendrives los cuales contendrán un disco de una de las bandas asociadas al sello. Este producto está inserto en la necesidad de archivos digitales por parte del usuario. El plus de este producto, comparado con la música que estará con libre acceso y de

forma gratuita en la plataforma, es que el formato digital de los temas musicales contenidos será de mayor calidad que los ofrecidos para su descarga gratuita, con una diferencia en los archivos de 192 Kbps a 320 Kbps, y si es posible en archivos Flac (archivos de música de poca compresión y gran calidad) teniendo esto un valor agregado para las personas que aprecian la calidad. En los pendrives será impreso el logotipo de la banda y el isotipo del sello. También se producirá un packaging especial para este producto, siendo empacado en una caja impresa con diseños para su envío.

Otro formato, con un mayor porcentaje de riesgo y complejidad, será el Poster-Art. Los posters serán realizados por ilustradores chilenos dentro de la imaginería del Stoner Rock (psicodelia, desierto, naturaleza, etc.). Se realizarán posters con referencia a bandas, sus discos y canciones. También se realizarán con temas libres, para el artista, siempre dentro del contexto, con el logotipo del sello. Se buscaran artistas a lo largo de todo Chile. El packaging de este producto serán tubos con impresos por fuera, donde será

inserto el poster para su envío.

El cuarto producto son los skins para notebooks. Estos skins son impresos en vinilos y se utilizan para la protección y la modificación visual de los notebooks. Este producto también está inserto dentro de la línea tecnológica que pretende imponer el sello, siendo lo digital y tecnológico un mercado ya probado además de ir acorde a la visión que se quiere instaurar. Los diseños estarán en la misma línea de los productos anteriores, ocupando en parte algunas de las mismas ilustraciones de los posters. Serán empacados en sobres impresos y diseñados para su envío.

Finalmente en la plataforma se encontrarán diseños para fondos de pantalla, bajo la misma línea tecnológica y de diseño de los productos anteriores. Estos se encontrarán gratis para su descarga y pertenecen a la estrategia de posicionamiento del proyecto.

Todos estos productos serán consultados y aprobados por cada banda antes de proceder a distribuirlos. Si alguna de las bandas no se siente cómoda con alguno de los productos

se puede llegar a omitir el producto para esa banda.

Cada ganancia que se genere por la venta de estos productos será dividida para la banda y el sello de manera equitativa, 50 y 50. Si existe un artista asociado, como en el caso de los ilustradores, se dividirá 33, 33 y 33. La división se realizará al final de cada mes donde se enviará el registro de ventas y se realizará un depósito con el dinero.

Todas las ganancias se contarán luego de costear los gastos de producción, por ejemplo si por polera el gasto de producción es de \$3.000 y se producen 20 poleras, esto sería un total de \$60.000 en gastos de producción. Al vender las 20 poleras a un precio de \$5.000 se logra un ingreso de \$100.000 de los cuales al descontar el gasto de producción dejaría \$40.000 de ganancia bruta. Los gastos de producción posiblemente disminuyan a partir de la segunda producción, todo esto será informado a cada banda, ya que los gastos de producción (especialmente de las poleras) están relacionados con el diseño (tamaño, número de colores en la impresión). Los precios de los productos serán puestos por el sello y es



necesario que no se alteren para mantener la unidad y sea justo para todas las bandas.

### **Canales de Distribución**

Los productos de merchandising que se vendan a través de la plataforma serán enviados por la mensajería de Tur-Bus, asegurando su distribución en gran parte del país (Tur-Bus s.f. Cobertura) de acuerdo a las condiciones de carga de esta empresa (Tur-Bus s.f. Condiciones).

También se les enviará un stock de los productos que la banda consideré necesarios para ellos vender en sus propios eventos y tocatas.

Además de realizar las ventas a través de internet y en las tocatas se quiere trabajar en tener puntos de venta en las ciudades más grandes de Chile. Esto sólo puede ser logrado con un grado de compromiso de las bandas y el sello. Tener un contacto con una tienda en la ciudad o una persona que quiera vender los productos junto con una banda o agrupación de integrantes de bandas por cada ciudad y

región que se haga cargo de las ventas y registros. De esta manera el proyecto asegura tener productos de todas las bandas en las distintas ciudades de Chile.

### **Publicidad y Difusion**

La publicidad para el sello, sus bandas asociadas y el merchandising se realizará a través de internet, con estrategias virales<sup>10</sup> en redes sociales y blogs dedicados al Stoner Rock.

La estrategia de difusión de la plataforma se enfocara en dos frentes: web y puntos de encuentro.

La estrategia web se realizará en dos etapas. La primera etapa se realizará una estrategia de teasers, donde se contactará a los blogs especializados de Stoner Rock para colocar estos teasers que serán parte de la estrategia de

---

<sup>10</sup> La estrategia de difusión viral a través de redes sociales se genera a través de una red de contactos, donde un link de un video, foto, "twit" es enviado a unas pocas personas y estas personas se las envían a otras personas y así. Lo importante es que el contenido del link debe ser interesante, que invite a las personas a compartirlo.

branding del sello. Los teasers mostrarán el isotipo del sello en situaciones relacionadas con la temática e imaginería del Stoner Rock, por ejemplo el isotipo en una señalética en una carretera en el desierto de Atacama, donde se mostrará la fecha de lanzamiento de la plataforma. Esta parte de la estrategia de difusión se realizará de manera temprana.

La segunda etapa es más directa, donde se asociará un link con cada ilustración, junto con el logotipo completo del sello y una pequeña reseña del trabajo que se realizará. También se compartirá contenido con los blogs, acerca de los objetivos del proyecto, cómo se pueden unir más bandas, promoción de productos en los mismos blogs, y noticias acerca de lo que está haciendo el sello. Para esto será necesario

La estrategia de difusión en redes sociales también contará con la etapa de teasers, donde se ocuparán las mismas ilustraciones o fotografías y se postearán en muros de Facebook de grupos de Stoner Rock chilenos, muros de bandas reconocidas y muros de radios reconocidas por su afiliación con el rock, por ejemplo la Radio Futuro y la Radio Sonar.

La segunda parte será crear un usuario dentro de las redes sociales para el sello, donde se dará información más específica del proyecto, con links a la plataforma web. Se utilizará este usuario para informar con respecto a las noticias del sello, usando noticias del home, promociones, videos y música de las bandas asociadas.

Para lograr un mayor grado de fidelidad del público con el sello, se realizarán promociones para los seguidores de la plataforma en redes sociales. Con descuentos de artículos y regalo de producto.

Los puntos de encuentro actuales son los shows o "tocas". Es aquí donde se reúnen los seguidores del género musical de forma más específica, también se podría recurrir a bares y tiendas de música donde se encuentre el público seguidor del Rock (no específicamente el Stoner), pero en una fase temprana es de mayor urgencia hacer contacto con los seguidores del género en específico. La estrategia que se desplegará aquí será específicamente para la difusión del la plataforma, a través de dos tácticas. Una será el

contacto directo con las personas, no como representantes del sello, sino como seguidores del género y se mencionará el sello como una buena iniciativa para el apoyo del Stoner Rock. La segunda táctica será repartir flyers que contendrán una ilustración por el tiro y por el retiro se encontrará un pequeño resumen del proyecto junto con el logotipo del sello (Branding).

## **Ventas**

Las ventas que se realicen de los productos de merchandising serán responsabilidad del administrador de la plataforma web.

Las utilidades de las ventas serán compartidas con las bandas asociadas y los artistas gráficos asociados. Estas se repartirán de acuerdo a la venta de los productos de merchandising correspondientes a cada banda y la venta, con 50% para la banda y un 50% para el sello. Para las piezas realizadas por los artistas gráficos utilizando a las bandas, sus canciones o sus discos como referencia e

inspiración, se repartirán 33,3% para el artista, 33,3% para la banda y un 33,3% para el sello. Las piezas que realice exclusivamente el sello, con la imagen gráfica del sello, las utilidades corresponderán al sello y serán reinvertidas en el mismo.

Este es el trato con respecto a las utilidades, es decir, luego de los gastos de producción.

Flujo de Ventas Esperado por Mes: Para realizar un pronóstico de ventas y por ende de producción, se examinó el estado de la competencia. En este caso se realizó una encuesta en tiendas dedicadas a la venta de artículos musicales, específicamente donde se venden poleras y posters. Estos locales están instalados en el paseo comercial Eurocentro, reconocido por tener tiendas dedicadas a este tipo de productos. Con respecto a los productos pendrives y skins, no existe una competencia directa en relación al público objetivo, pero si se analizó los precios y ventas de estos artículos a través de el sitio web mercadolibre.cl.

Tienda	N° de productos vendidos	Poleras de bandas chilenas	Rango de precios
El Punto	6 diarias	No	\$6.900
Owner	1 diaria (bandas chilenas)	3 diseños	\$5.900 - \$7.900
Knife	1-2 diarias (bandas chilenas)	3 diseños	\$7.900 - \$15.000
Metalium	10-20 diarias	No	\$5.900 - \$15.000
Eclectica	5-15 diarias	No (pero son buscas)	\$7.900 - \$10.000

Sólo dos de estas tiendas tienen a la venta posters, pero ninguno de alguna banda nacional, por lo que estamos frente a un mercado poco explorado.

Con respecto al producto pendrives, este es un producto 100% original y no existe algo como esto en el mercado, la única competencia a este producto, aunque lejana, es la compra de archivos de música por internet. Al estar la música de las bandas para su descarga gratis por

internet la competencia en este campo es evitada.

Para los skins de notebooks se analizó a la competencia, que en este caso se encuentra en tiendas a través de internet. Primero se analizó los productos existentes en Mercadolibre, donde se encontraron dos tipos de productos de este tipo. El primero se trata de skins para notebooks pero monocromáticos, gran parte de ellos con formas vectoriales que solo cubren una porción de la tapa de los notebooks. Esto no encaja con el producto que el proyecto quiere ofrecer, que son skins que cubren toda la tapa y están impresos en cuatricromía, tratándose de ilustraciones. En Mercadolibre se encuentra sólo un proveedor con estas características, enfocado a la línea de computadores Mac con un gran catalogo de productos (skins). En sólo 6 días de ofrecido el producto lleva 18 vendidos. El precio del producto es muy similar al propuesto por el proyecto, sólo con una diferencia de \$700 más barato.

De acuerdo al análisis realizado podemos concluir un número de productos para producir y que estarán dentro

de los márgenes del comportamiento de compra del usuario. Para las poleras se propone realizar la venta de 5 poleras por banda de forma mensual, empezando el primer trimestre con 3 bandas, esto suma 15 poleras mensuales, calculado a 1 polera vendida cada 2 días.

Para los pendrives, al no encontrar un producto similar, se propone el mismo número de ventas que las poleras, 5 por banda de forma mensual, sumando 15 pendrives el primer trimestre.

Se integrarán los productos de una cuarta banda al principio del 2do trimestre, dejando 20 poleras y 20 pendrives como flujo de venta esperado.

Los posters serán integrados al catálogo de productos a partir del segundo mes, de esta manera se asegura innovación con respecto al espectro de productos. Al existir poca exploración de mercado se evalúa una producción y ventas austeras, a modo de testear el comportamiento de compra de los usuarios. Para su integración se propone un flujo de ventas de 3 posters por banda de forma mensual,

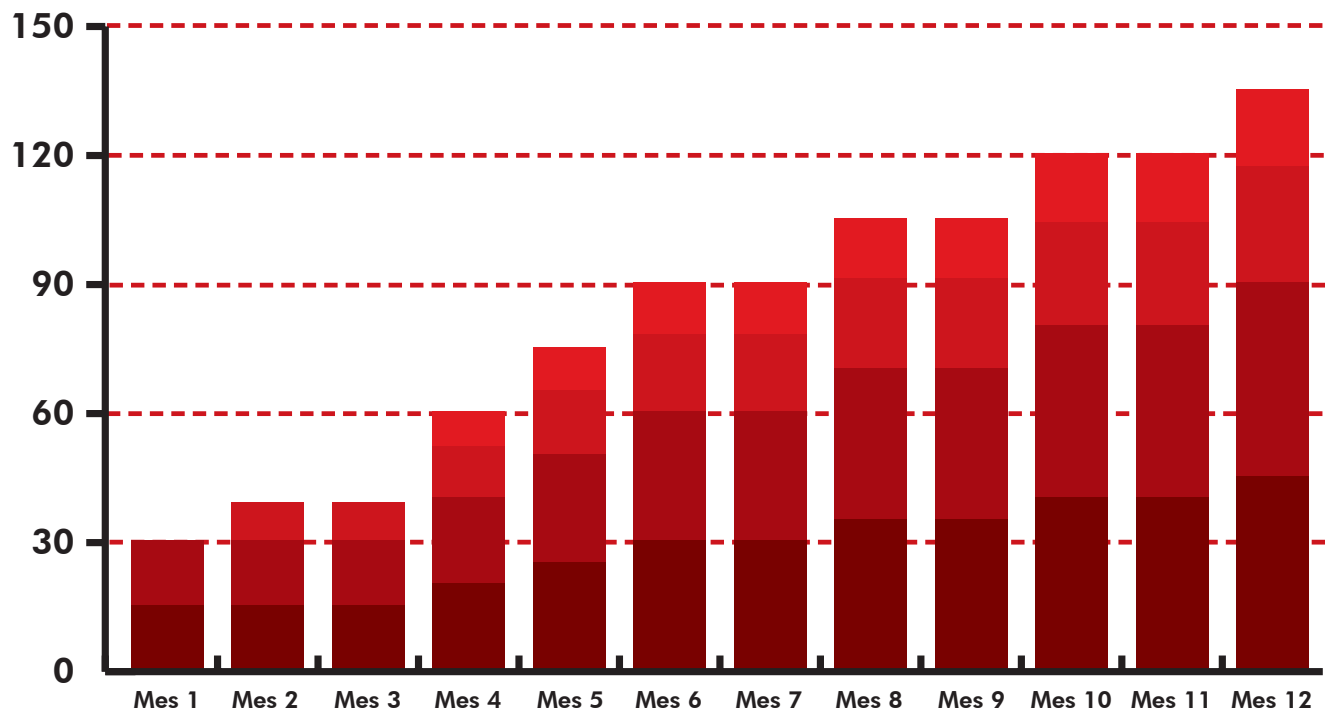
esto significa que durante el primer trimestre se trataría de 9 posters al mes. Con la integración de los productos de las nuevas bandas se utilizará el mismo flujo, por ejemplo el cuarto mes se pretende tener una venta de 12 posters y al quinto mes 15 posters.

Los skins para notebooks serán integrados a partir del cuarto mes, una vez que el proyecto se encuentre sólido en materia financiera. Se estima una venta de 2 unidades por banda. Encontrándonos ya en el segundo trimestre significa que se producirá para cuatro bandas, llegando a un total de 8 unidades pronosticadas para su venta.

Cada aumento en el catalogo de productos vendrá acompañado de su respectiva difusión, por lo que se planea de esta forma aumentar la demanda acorde a los productos introducidos.

### Proyección Ventas

Poleras ■ Skins ■  
Pendrives ■ Posters ■



### **Proceso de Producción**

El proceso de producción del proyecto se divide en los 3: La plataforma web, los productos y los eventos.

Con respecto a la plataforma web, ésta será realizada por el gestor del proyecto, quien está dedicado profesionalmente al área de diseño gráfico.

El dominio del sitio web será arrendado a NIC.cl quienes son los encargados en Chile de los dominios “.cl” de esta manera se busca dejar claro que se trata de un proyecto con bases nacionales.

Para el servidor de la plataforma se buscará un proveedor externo, los factores de búsqueda serán el precio, el tamaño y la velocidad. Se buscará un servidor con un precio razonable que pueda estar a la par con el resto de los factores, que sea barato y efectivo. El tamaño es un factor importante, ya que se quiere albergar un gran número de archivos de música, por lo tanto este punto es el factor principal para la elección del producto. En cuanto a la velocidad se buscará un servidor que tenga la mayor velocidad, para que

la plataforma sea del agrado del usuario y el servicio sea de una rapidez razonable, disminuyendo los tiempos de espera al cargar la plataforma y descargar archivos.

Para la producción de productos estipulamos dos fases. Primero el diseño de los productos y luego su producción física.

Los diseños serán realizados por el sello, constando de diseñadores gráficos para esto. Se realizarán diseños para los productos de las bandas junto con productos que difundan al sello específicamente. Los diseños para los productos de las bandas constarán con la aprobación de estas, para asegurar un buen producto que guste tanto a las bandas como a los seguidores de estas.

Para la producción física se buscarán proveedores externos. Los factores de búsqueda son dos, la calidad y el precio.

Para la impresión de las poleras se buscará un proveedor que imprima en serigrafía, de esta manera se buscará una buena calidad del producto como factor principal para luego evaluar el precio de este. También deberá ser el

proveedor quien dote las poleras para su impresión.

Para la impresión de los posters también se buscará un proveedor externo, que se dedique a la serigrafía. Al imprimir los posters en serigrafía se quiere disminuir los precios y optar por una buena opción de impresión junto con un mayor número de duplicados. La serigrafía también brinda una característica distintiva al producto, diferenciándose de la clásica impresión en offset. La impresión en offset ciertamente brinda un buen acabado y una buena calidad, pero los precios están fuera del alcance del proyecto, por lo menos en una etapa temprana.

La impresión de los skins para notebooks se realizará con un productor externo. No existe una gran cantidad de proveedores que realicen esta impresión en este tipo de soporte, de todas maneras se buscará el que tenga la mejor proporción entre precio y calidad.

Para la producción de los pendrives también se realizarán de forma externa. Para la búsqueda del proveedor nos enfocaremos en encontrar un buen precio con un buen

modelo de pendrives, ya que este debe ser atractivo y debe permitir una buena superficie de impresión.

## **Producción**

### **Maquinaria y Equipos**

Gran parte de la producción material es realizada por proveedores externos, el sello se encarga de gestionar esta producción. Lo que si realiza el sello es el diseño de productos y el manejo de estrategias de difusión. Para esto no es necesario una gran de producción material, de materias primas o de instalaciones. En este sentido el proyecto realiza un servicio y se ve como tal, donde la producción se externaliza. De todas formas es necesaria maquinaria y tecnología para realizar:

- Computador Personal: Notebook Dell Inspiron 1420, Intel Core 2 Duo, 2 G de Ram, Windows Vista. Utilizado para el diseño de piezas gráficas, manejo de la plataforma web, comunicación estratégica y difusión a través de internet.

Precio de compra: \$350.000



### **Muebles y Enseres**

- Escritorio Personal: Escritorio de madera, armable.

Utilizado para el resguardo del espacio personal del diseñador, situar el computador.

Precio actual en el mercado: \$15.000

- Silla: Silla reclinable, con ruedas. Utilizado para la comodidad del diseñador.

Precio de compra: \$20.000

### **Tecnología de Producción**

- Software: Adobe Suite CS3. Utilizado para el diseño de piezas gráficas.

Precio actual en el mercado: \$400.000

### **Producción Esperada**

Como el desarrollo físico de la producción se realiza de forma externa, la producción esperada dependerá de las piezas gráficas que se necesiten y que estén dentro de producción. También se dependerá del número de bandas

que aborden el proyecto, pero existe un número estimativo que se encuentra en los objetivos del proyecto. Dentro de los primeros 6 meses se planea contar con 6 bandas y al final del primer año contar con 9. De acuerdo a estos números se aumentará la producción a medida que se necesite una mayor cantidad de diseño de productos por ende un aumento en el número de producción de productos. Uno de los factores importantes al respecto de la producción esperada es el capital con el que se cuenta, al no poder producir todos los productos desde el primer minuto estos se irán insertando a medida que se el proyecto se va afirmando económicamente. Desde el primer mes se realizará la producción de poleras y pendrives, los productos más fuertes. La producción de posters se hará desde el segundo mes y los skins saldrán a la venta a partir del segundo trimestre.

PERIODO	CANTIDAD DE PRODUCTO
1er Trimestre	45 poleras, 45 pendrives, 18 posters
2do Trimestre	75 poleras, 75 pendrives, 45 posters, 30 skins
3er Trimestre	100 poleras, 100 pendrives, 60 posters, 30 skins
4to Trimestre	165 poleras, 165 pendrives, 100 posters, 66 skins

### Instalaciones

Las instalaciones son propias del gestor del proyecto y el arriendo será invertido como activo fijo durante el primer año de operaciones junto con el gasto en servicios. Si hubiese que arrendar instalaciones los costos serían los siguientes:

Arriendo Oficina: Providencia, \$180.000

Servicios: Agua, \$3.000. Electricidad, \$5.000. Internet y Telefonía, \$20.000.

### Localización

Gran parte del proyecto está basado en su existencia en el ciberespacio, ocultando su localización del público para generar mayor cercanía a lo largo de todo Chile, siendo parte de la estrategia de descentralización. Además al ser

un proyecto enfocado en la difusión su localización real no es relevante.

## Contabilidad y Finanzas

### Balance General Inicial

Activos: Los activos que posee hasta este minuto el proyecto como empresa pertenecen al capital invertido. Maquinaria de producción, muebles y tecnología de producción pertenecen al gestor del proyecto y en relación con el proyecto se trata de capital invertido que hace a la suma de \$185.000. Las instalaciones que se utilizarán pertenecen también a los activos fijos Junto con esto se ha invertido una suma de \$105.000 para empezar con la producción.

Pasivos: No existen deudas en la situación actual.

Capital: El capital invertido se encuentra dividido en bienes y en dinero, esto hace una suma total de \$890.000. Invertido como un ingreso sujeto a impuesto está el trabajo de diseño y gestión, de acuerdo al tiempo invertido por la

persona a cargo del proyecto se trataría de \$200.000 por el trabajo de diseño y gestión realizado por Danilo Neira, esto es \$5.000 p/h dedicando 2 horas 5 días a la semana.

<b>Balance General</b>			
<b>(Al 28 de febrero del 2012)</b>			
Activo		Pasivo y Patrimonio	
Activo Corriente		Pasivo Corriente	
Caja	\$ 105.000		
Total Activo Corriente	\$ 105.000	Total Pasivo Corriente	\$ 0
Activo No Corriente		Pasivo No Corriente	
Muebles y Enseres	\$ 35.000		
Tecnología de Producción	\$ 400.000		
Computador	\$ 350.000		
Total Activo No Corriente	\$ 785.000	Total Pasivo No Corriente	\$ 0
<b>Total Activo</b>	<b>\$ 890.000</b>	<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>\$ 0</b>

## Costos

### Costos Fijos

Gran parte de los costos fijos han sido apaleados debido a que son parte de la inversión de activos, como el arriendo de instalaciones y la maquinaria de producción. Sólo existe una persona en el persona a cargo del proyecto su trabajo ha sido invertido como capital de trabajo por el primer año de operación, por lo que el pago de diseño y gestión se encuentra saldado. Entre los costos fijos se encuentra:

- Dominio web: \$1.575
- Servidor web: \$800
- Insumos: \$2.000
- Transporte: \$7.000
- Publicidad y Promoción: \$3.000

Total de Costos Fijos: \$14.375

### **Costos Variables Unitarios**

- Poleras: La producción de las poleras se realiza de manera externa, pero existe el valor del packaging por producto. Este sistema se aplica a todos los demás productos.

Polera e impresión de polera: \$4.500

Packaging de Polera: \$300

Costo variable unitario: \$4.800

- Pendrives:

Pendrivel e impresión de pendrive: \$4.000

Packaging de pendrive: \$300

Costo variable unitario: \$4.300

- Posters:

Impresión de poster: \$1.500

Packaging de poster: \$500

Costo variable unitario: \$2.000

- Skins para Notebooks:

Impresión de sticker en vinilo (pvc): \$7.200

Packaging de sticker: \$300

Costo variable unitario: \$7.500

### **Costo fijo unitario**

Para el cálculo del costo fijo por unidad se tomará en cuenta la producción que se quiere realizar durante el primer semestre, esto quiere decir que se tomará el costo fijo de 6 meses de actividad y se dividirá en la cantidad de productos que se van a producir.

Costos fijos primer semestre: \$86.250

Unidades a producir durante el primer semestre: 372 unidades.

Costo fijo unitario durante el primer semestre: \$232

Costo totales unitarios:

- Poleras: \$5.032

- Pendrives: \$4.532

- Posters: \$2.232

- Skins para notebooks: \$7.732

### **Precios de Venta**

Para el precio de venta de los productos se fijará un 30% de utilidades de venta, esto para todos los productos

por igual, con excepción de los skins para notebooks, ya que se trata de un producto más caro de producir y para no elevar tanto su precio se le fijará un 20% de utilidades de venta.

- Poleras:  $[5.032 / (100-30)] \times 100 = 7.189$ ; para sacar el producto con un precio atractivo dentro de la estrategia de marketing este se fijará en: \$7.200. Esto será así para todos los productos.

- Pendrives:  $[4.532 / (100-30)] \times 100 = 6.475$ ; \$6.500

- Posters:  $[2.232 / (100-30)] \times 100 = 3.188$ ; \$3.200

- Skins para notebooks:  $[7.732 / (100-20)] \times 100 = 9.665$ ; \$9.700

### **Flujo de Caja**

Este flujo de caja se realizará para el primer año del proyecto en estado activo, para medir la rentabilidad. Este análisis se ejecutará para ver el estado real del tiempo y dinero, para de esta forma tomar decisiones de producción. Se estima una producción de 10 poleras y 10 pendrives

por bandas (3 bandas como fue estipulado en esta etapa) durante los primeros 2 meses. Esto significa la producción de 30 poleras y 30 pendrives en la primera tirada durante el primer mes, asegurando el stock para el mes siguiente. Junto con esto se prevé la venta de 15 poleras y 15 pendrives por mes. Esto seguirá los siguientes 2 meses

El segundo mes se introducirá un tercer producto, los posters. Se producirán 10 posters por cada banda (30 posters) previendo una venta de 9 posters por mes. Desde este segundo mes se regalarán productos para las personas que sigan el proyecto con más entusiasmo en las redes sociales. A partir del segundo trimestre se integrarán los productos de una banda mas, contando con productos para 4 bandas en el cuarto mes. También se realizará la introducción de un cuarto producto, los skins de vinilo para notebooks. Estos se producirán todos los meses, con y se mantendrá un stock bajo para analizar su venta, con 2 skins por banda. Por supuesto si se llegará a agotar el stock rápidamente la producción puede ser inmediata y enfocada al producto más vendido.

Conceptos/Cuentas	Periodo de Evaluación					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS SUJETOS A IMPUESTOS		\$ 510.500	\$ 435.361	\$ 535.167	\$ 598.613	\$ 837.391
Efectivo Inicial		\$ 105.000				
Reinversion de Utilidades			\$ 1.061	\$ 100.867	\$ 8.613	\$ 149.891
Venta de Poleras		\$ 108.000	\$ 108.000	\$ 108.000	\$ 144.000	\$ 180.000
Venta de Pendrives		\$ 97.500	\$ 97.500	\$ 97.500	\$ 130.000	\$ 162.500
Ventas de Posters			\$ 28.800	\$ 28.800	\$ 38.400	\$ 48.000
Venta de Skins para Notebooks					\$ 77.600	\$ 97.000
Inversión de Honorarios		\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
EGRESOS DEDUCIBLES DE IMPUESTOS		\$ 509.896	\$ 312.296	\$ 525.296	\$ 415.396	\$ 776.396
Costos Variables Poleras		\$ 144.000		\$ 144.000	\$ 48.000	\$ 192.000
Costos Variables Pendrives		\$ 129.000		\$ 129.000	\$ 43.000	\$ 172.000
Costos Variables Posters			\$ 60.000		\$ 20.000	\$ 80.000
Costos Variables Skins para Notebooks					\$ 30.000	\$ 37.500
Costos Fijos		\$ 2.396	\$ 2.396	\$ 2.396	\$ 2.396	\$ 2.396
Honorarios		\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Regalos, Promociones			\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 15.000
% de Retribución para Bandas		\$ 34.500	\$ 39.900	\$ 39.900	\$ 62.000	\$ 77.500
GASTOS NO DESEMBOLSABLES		\$ 3.074	\$ 3.074	\$ 3.074	\$ 3.074	\$ 3.074
Gastos de Depreciación Muebles y Enseres		\$ 297	\$ 297	\$ 297	\$ 297	\$ 297
Gastos de Depreciación Maquinaria		\$ 2.777	\$ 2.777	\$ 2.777	\$ 2.777	\$ 2.777
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		-\$ 2.470	\$ 119.991	\$ 6.797	\$ 180.143	\$ 57.921
IMPUESTOS		-\$ 457	\$ 22.198	\$ 1.257	\$ 33.327	\$ 10.715
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		-\$ 2.013	\$ 97.793	\$ 5.539	\$ 146.817	\$ 47.205
AJUSTES POR GASTOS NO DESEMBOLSABLES		\$ 3.074	\$ 3.074	\$ 3.074	\$ 3.074	\$ 3.074
Ajustes por Gastos Depreciación Muebles y Enseres		\$ 297	\$ 297	\$ 297	\$ 297	\$ 297
Ajuste por Gasto Depreciación Maquinaria		\$ 2.777	\$ 2.777	\$ 2.777	\$ 2.777	\$ 2.777
EGRESOS NO DEDUCIBLES DE IMPUESTOS	\$ 3.386.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Maquinaria	\$ 350.000					
Tecnología de Producción	\$ 400.000					
Instalaciones	\$ 2.496.000					
Capital de Trabajo	\$ 105.000					
Muebles y Enseres	\$ 35.000					
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 3.386.000</b>	<b>\$ 1.061</b>	<b>\$ 100.867</b>	<b>\$ 8.613</b>	<b>\$ 149.891</b>	<b>\$ 50.279</b>
N de Bandas		3	3	3	4	5

Periodo de Evaluación						
6	7	8	9	10	11	12
\$ 835.279	\$ 1.012.044	\$ 992.127	\$ 1.071.114	\$ 1.219.949	\$ 1.306.204	\$ 1.380.952
\$ 50.279	\$ 227.044	\$ 109.627	\$ 188.614	\$ 239.949	\$ 326.204	\$ 339.452
\$ 216.000	\$ 216.000	\$ 252.000	\$ 252.000	\$ 288.000	\$ 288.000	\$ 288.000
\$ 195.000	\$ 195.000	\$ 227.500	\$ 227.500	\$ 260.000	\$ 260.000	\$ 292.500
\$ 57.600	\$ 57.600	\$ 67.200	\$ 67.200	\$ 76.800	\$ 76.800	\$ 86.400
\$ 116.400	\$ 116.400	\$ 135.800	\$ 135.800	\$ 155.200	\$ 155.200	\$ 174.600
\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
\$ 557.396	\$ 749.396	\$ 761.396	\$ 777.396	\$ 820.396	\$ 890.396	\$ 944.396
\$ 96.000	\$ 192.000	\$ 144.000	\$ 192.000	\$ 192.000	\$ 192.000	\$ 240.000
\$ 86.000	\$ 172.000	\$ 129.000	\$ 172.000	\$ 172.000	\$ 172.000	\$ 215.000
\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 100.000	\$ 20.000	\$ 40.000	\$ 100.000	\$ 40.000
\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 52.500	\$ 52.500	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 67.500
\$ 2.396	\$ 2.396	\$ 2.396	\$ 2.396	\$ 2.396	\$ 2.396	\$ 2.396
\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
\$ 15.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 40.000	\$ 40.000
\$ 93.000	\$ 93.000	\$ 108.500	\$ 108.500	\$ 124.000	\$ 124.000	\$ 139.500
\$ 3.074	\$ 3.074	\$ 3.074	\$ 3.074	\$ 3.074	\$ 3.074	\$ 3.074
\$ 297	\$ 297	\$ 297	\$ 297	\$ 297	\$ 297	\$ 297
\$ 2.777	\$ 2.777	\$ 2.777	\$ 2.777	\$ 2.777	\$ 2.777	\$ 2.777
\$ 274.809	\$ 259.574	\$ 227.657	\$ 290.644	\$ 396.479	\$ 412.734	\$ 433.482
\$ 50.840	\$ 48.021	\$ 42.116	\$ 53.769	\$ 73.349	\$ 76.356	\$ 80.194
\$ 223.970	\$ 211.553	\$ 185.540	\$ 236.875	\$ 323.130	\$ 336.378	\$ 353.288
\$ 3.074	\$ 3.074	\$ 3.074	\$ 3.074	\$ 3.074	\$ 3.074	\$ 3.074
\$ 297	\$ 297	\$ 297	\$ 297	\$ 297	\$ 297	\$ 297
\$ 2.777	\$ 2.777	\$ 2.777	\$ 2.777	\$ 2.777	\$ 2.777	\$ 2.777
\$ 0	\$ 105.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
	\$ 105.000					
<b>\$ 227.044</b>	<b>\$ 109.627</b>	<b>\$ 188.614</b>	<b>\$ 239.949</b>	<b>\$ 326.204</b>	<b>\$ 339.452</b>	<b>\$ 356.362</b>
6	6	7	7	8	8	9

#### 4.4 Interfaz de Usuario

La interfaz de usuario en relación con la plataforma está planteada en términos simples, enfocando la atención al contenido y la información trabajando planos y formas. La navegación se realizará en forma horizontal por sobre la verticalidad de los contenidos, de esta manera otorgando mayor importancia al contenido específico más que a la navegación misma. Así la plataforma pretende llevar el contenido y la información al usuario de forma rápida, captando su atención y apostando por un mayor tiempo de permanencia.

Para llevar esto a cabo se propone la existencia de un menú único de navegación con los contenidos más importantes, en este caso, el enfoque del proyecto, las bandas y su música, la tienda online y el calendario de eventos. Este menú se verá resaltado en el cuerpo de la plataforma y será accesible durante toda la navegación, de esta manera logrando un flujo continuo a través del sitio. El header del sitio será identificativo del netlabel y su marca, pero sin pretender tomar relevancia por sobre el contenido,

sino que procurará tomar parte del atractivo gráfico de la plataforma acompañando al usuario durante su estadía. El cuerpo de la plataforma constará de 3 columnas verticales donde se planteará el contenido. Estas columnas no serán exclusivas, es decir que habrá contenido que sea desplegado de manera horizontal, respetando la diagramación de las 3 columnas. Estas columnas son dispuestas así para obtener una dirección de lectura uniforme a través de la plataforma y su navegación. El footer, al igual que el header, será parte del atractivo visual, pero al contener información relevante se utilizará un mayor contraste colores y de plano para procurar que esta información no pase desapercibida. Las páginas que compondrán el sitio son el home, proyecto, bandas, tienda y eventos.

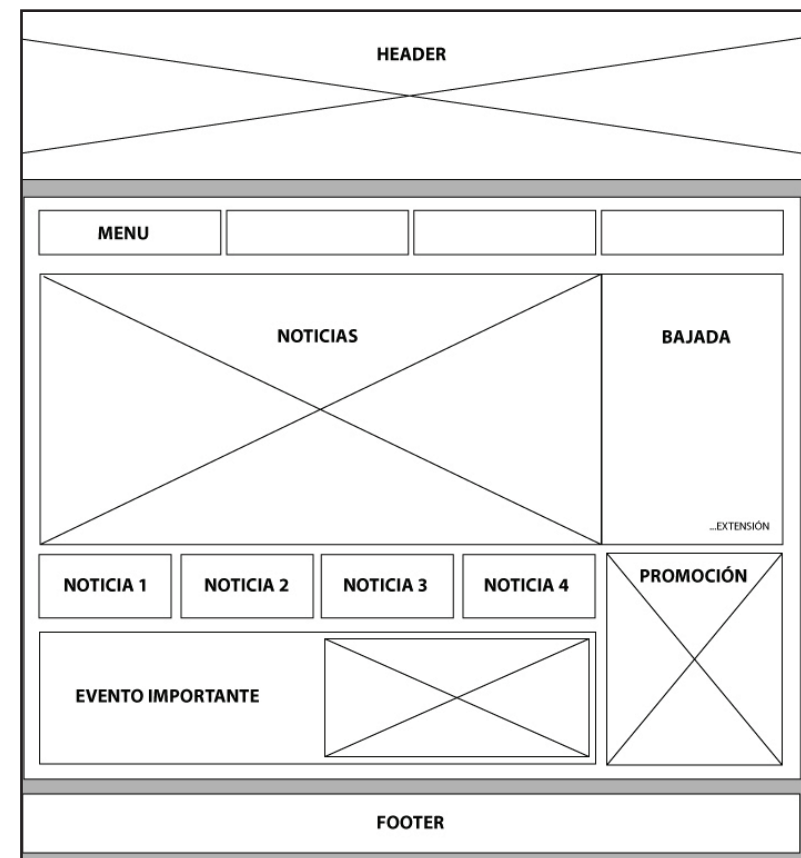
En home se encontrará una sección de noticias con sus links respectivos, junto con banners a links con contenido de mayor importancia. Todo es sobre planos separados del fondo a través de pantallas y el contraste de colores otorgando la relevancia anteriormente descrita.

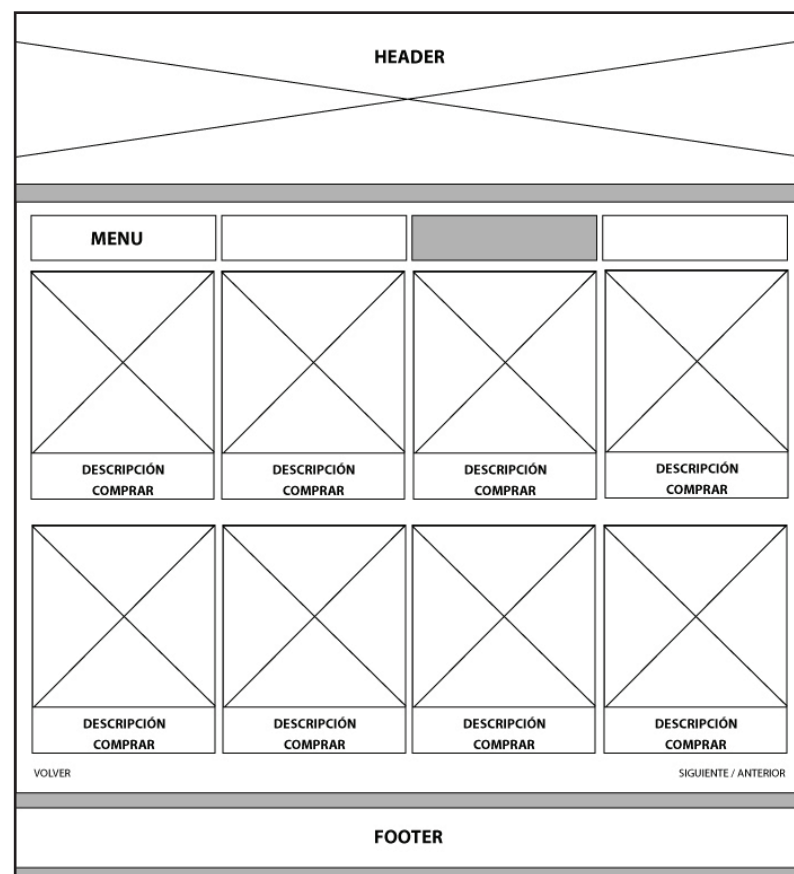
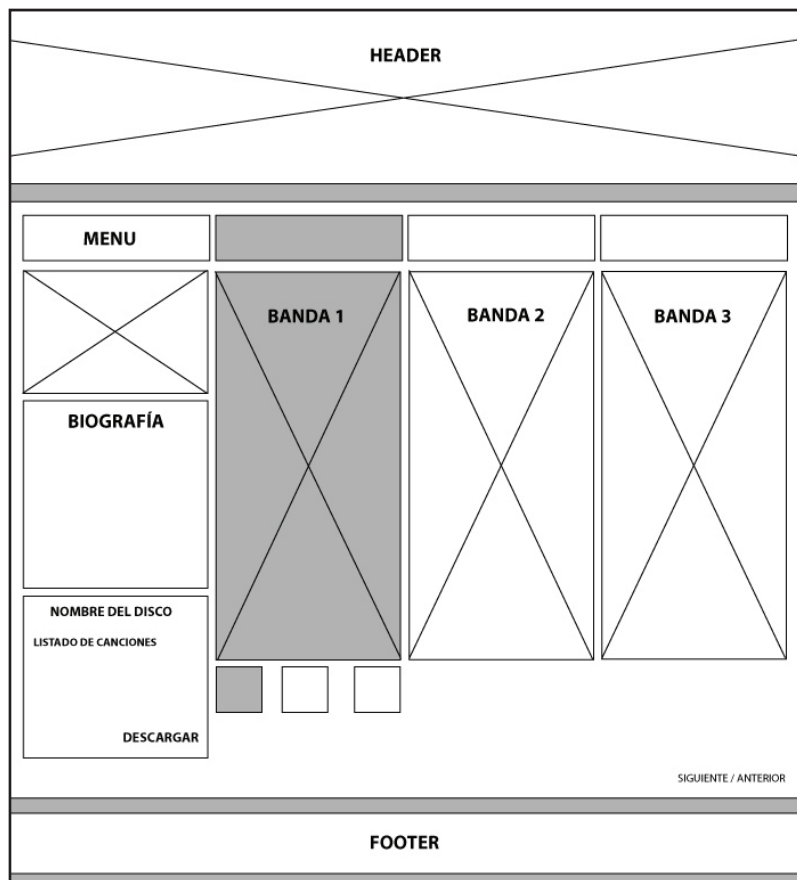


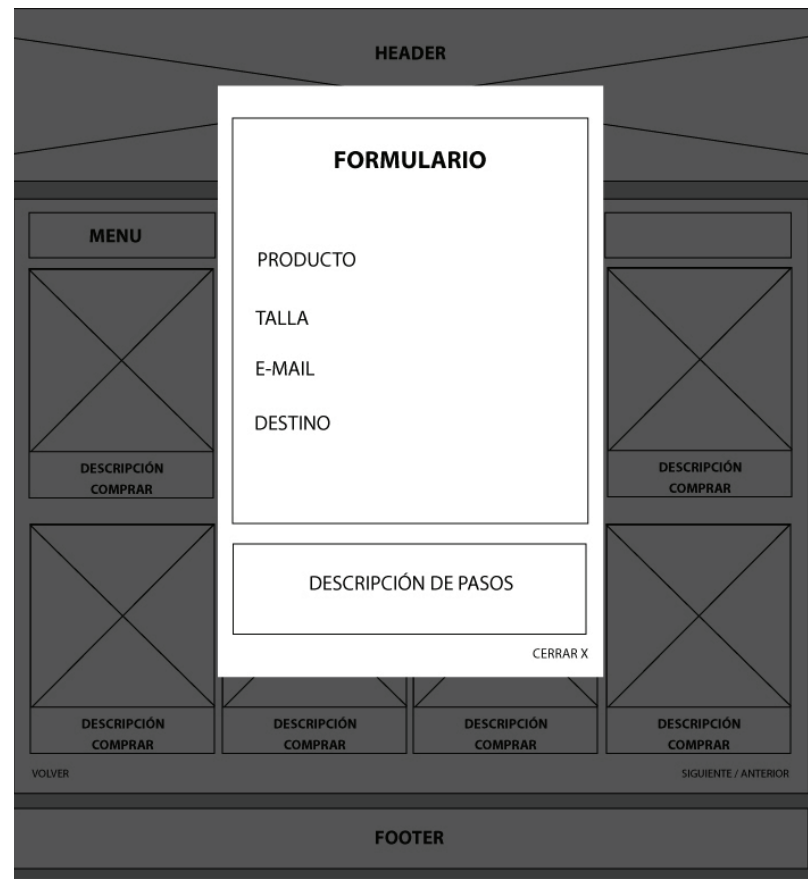
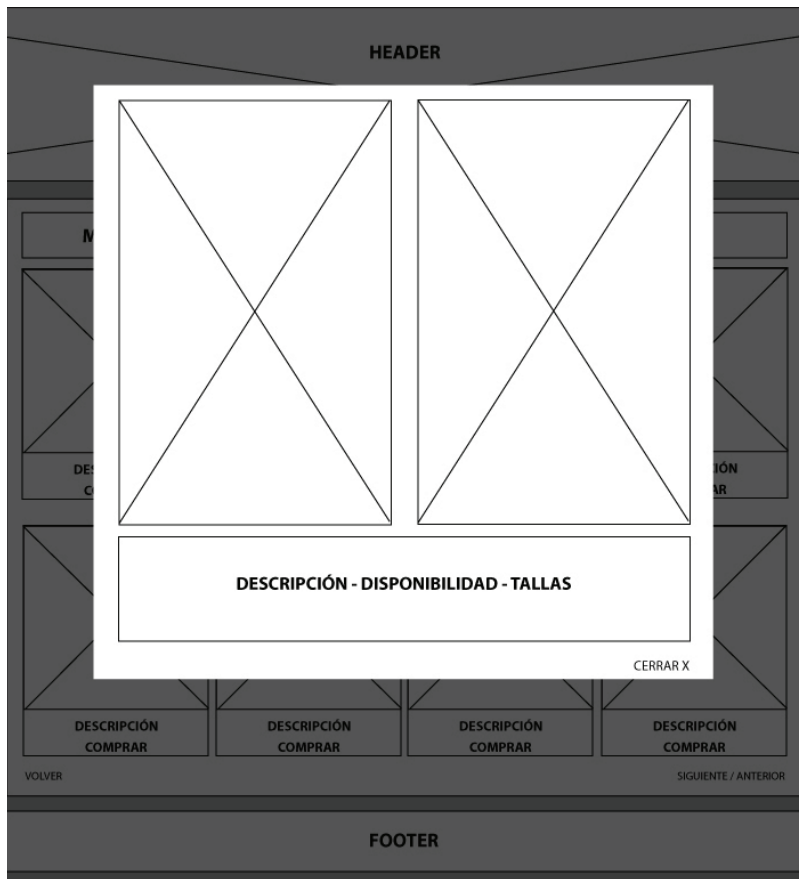
En la sección de proyecto, se encontrará información relevante a los objetivos del proyecto y los beneficios que se quieren lograr. En la sección bandas se encontrará ilustraciones representativas de cada banda las cuales estarán linkeadas a la página específica de cada banda. El orden de las bandas se realizará de forma alfabética para garantizar una lectura rápida. La pagina específica de cada banda contendrá información de la banda junto una fotografía de está, y dentro de esta misma página estarán las obras musicales dispuestas para su descarga. El énfasis se hará a las obras y sus licencias respectivas. En la sección tienda se encontrarán los artículos de merchandising, ordenados a través de un submenú para garantizar una búsqueda rápida y sencilla además de exponer los productos a la venta.

Eventos estará compuesto por un calendario que será ordenado de acuerdo a las fechas más próximas hacia abajo. Cada evento contará con un afiche promocional, el cual también será utilizado para difundir el evento a través de las redes sociales.

## Wireframes







## 4.5 Desarrollo de Análisis Cualitativo.

### Aplicación estrategias de proximidad

Como se mencionó en la etapa de investigación del proyecto las estrategias de proximidad se aplicaron en tres frentes, los organismos validadores, las bandas y los usuarios.

#### Organismos validadores

**Creative Commons Chile:** Se logró contactar con uno de los representantes de Creative Commons en Chile, la Organización No Gubernamental Derechos Digitales. Se organizó una entrevista con el vicepresidente de la organización Francisco Vera Hott. La transcripción de esta entrevista se encuentra en los anexos.

Esta entrevista aclaró varios puntos con respecto al actuar de Creative Commons y acerca de dudas específicas con algunas licencias. Con esta información fue mucho más simple explicar a las bandas cómo funcionan las licencias.

Se planeó una entrevista luego de poner el proyecto en acción, se intentó volver a tomar contacto con Francisco pero no hubo respuesta.

**Sociedad Chilena del Derecho de Autor:** Se intentó tomar contacto por los medios oficiales con la SCD, explicando los factores de relevancia del proyecto con respecto a los derechos de autor y la utilización y difusión de las obras a través de Internet. Lamentablemente no hubo interés por parte de la SCD en el proyecto.

**Consejo Nacional de la Cultura y las Artes:** Se realizaron los pasos para tomar contacto con el CNCA. Se llenó el formulario con la información relevante al proyecto y lo que se quería obtener del Consejo.

La respuesta llegó dentro de una semana detallando el contacto con el Consejo de Fomento a la Música Nacional. Se realizó una llamada telefónica en la cual se me pidió enviar un e-mail. La respuesta al e-mail fue que la persona

que podía responder mis preguntas no se encontraría por una fecha determinada. Luego de esa fecha se volvió a enviar un e-mail, y se organizó una entrevista con Camila Gallardo Valenzuela con quien no tuve contacto hasta el mismo día de la entrevista, por lo que no fue posible comunicarnos para aclarar puntos. La transcripción de esta entrevista se encuentra en los anexos.

### **Bandas**

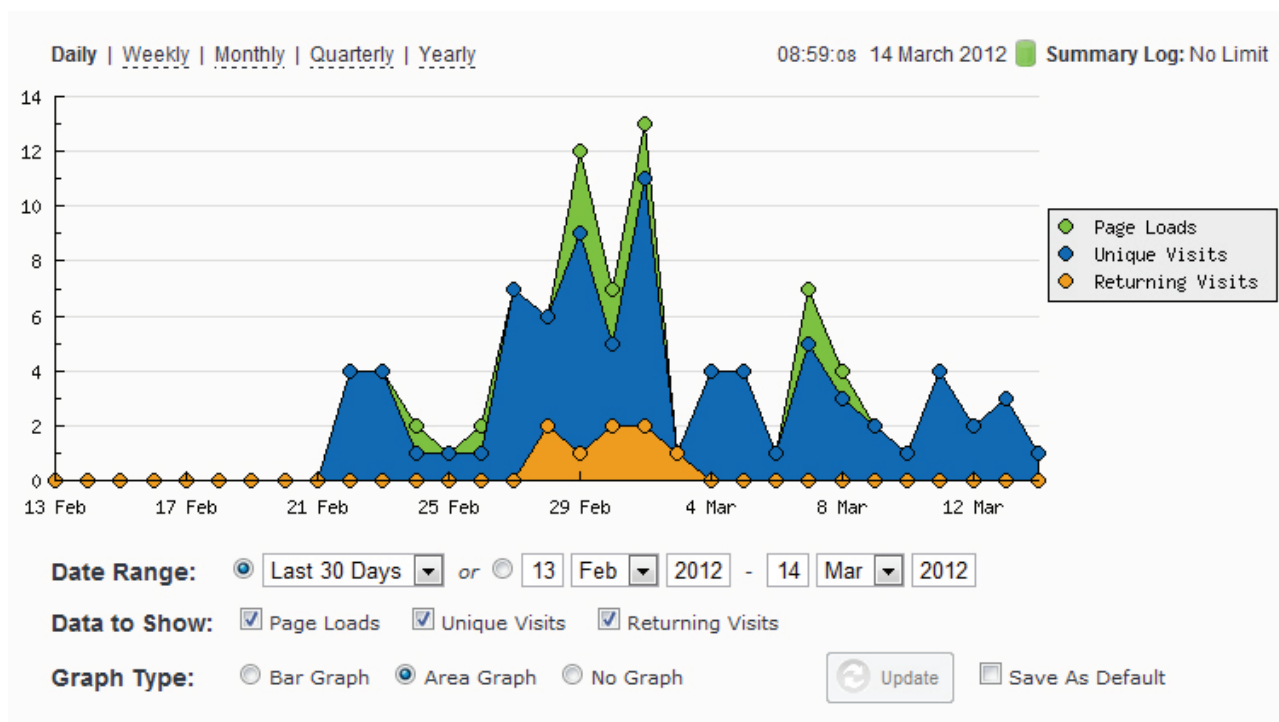
Para lograr el interés de las bandas se redactó un resumen del proyecto con los beneficios para las bandas. Este documento se realizó en dos formatos, un archivo para enviar en imprimir y un archivo HTML. Entre los dos el que tuvo una mejor recepción y difusión fue el HTML. Como estaba planeado el archivo fue viralizado por las mismas bandas a través de internet.

Luego se creó un usuario en Facebook, este usuario es la página oficial de FUNDECRÁNEOS. Al momento de la

creación no se reveló ninguna pista acerca de lo que es el proyecto, sólo se mostró el isotipo junto con la estrategia de teasers que se propuso. Se agregó a un cierto número de amigos al usuario de Facebook, alrededor de 25, para que tuviese una base de contacto. Luego se procedió a agregar a las bandas que se quería apuntar, dejando el link con el resumen del proyecto en sus muros.

La respuesta fue literalmente instantánea. Tres bandas se acercaron para saber más del proyecto. Kayros de Concepción, Turbo Diesel de Coyhaique y Santo de Valparaíso. Todo el contacto ha sido a través de Internet por motivos de logística. Sólo se agendó una reunión con Kayros, que se encontraba en Santiago por la grabación de su segundo álbum. Se empezó a trabajar inmediatamente con estas tres bandas en los temas de imagen para la plataforma y las licencias CC.

Volviendo al documento generado en HTML, tuvo una recepción que no se esperaba, con 76 visitas en sólo tres semanas.



El gráfico superior fue generado por la aplicación Statcounter, que registra las visitas entre otros datos que pueden ayudar a tomar determinaciones para la plataforma en el futuro. Se puede ver que el mayor número de visitas se registró los días cercanos al 29 de febrero, fecha de lanzamiento de la plataforma.

Existen tres bandas más dispuestas a adherirse al proyecto, y se está trabajando para lograr esto dentro de un corto plazo. Estas bandas son: Pantano de Valdivia, Infame de Antofagasta y Bullying de Punta Arenas.

La recepción del proyecto ha estado acorde a lo planeado, en especial dentro del marco regional que se propuso.

### **Usuarios**

El acercamiento a los usuarios se ha realizado de acuerdo a lo estipulado. En un principio se utilizó el usuario de Facebook para lograr contacto con las bandas, cuando esto se logró se activó la etapa de difusión a través de teasers del proyecto.

Para esto se generaron dos formatos. El primero fueron piezas gráficas con el isotipo de FUNDECRÁNEOS, donde se mostraba un paisaje reconocible de Chile, tratándolo para que cumpliera una función de postal, ofreciendo estos paisajes y asociándolos a la imaginación del Stoner, dándoles un tratamiento de colores, contrastes y filtros para asemejar un ambiente más oscuro, pesado y gastado, haciendo énfasis en la conexión musical.

Estos teasers se difundieron a través de Facebook junto con el segundo formato de teaser, esta vez dirigiendo la mirada a algo más concreto, pero todavía manteniendo oculto el proyecto como tal. Se trató del sitio web, el que se convertiría en el sitio oficial del netlabel, "fundecraneos.cl". Nuevamente

sólo se mostró el isotipo, pero esta vez se acompañó con un contador en reversa. Este contador en reversa indicaría el día de lanzamiento de oficial de la plataforma.

Se ocuparon las piezas gráficas para dar indicación del sitio web, y se postearon en los muros de las bandas que mostraron interés en el proyecto, de esta forma se buscó llegar a sus seguidores de forma directa.





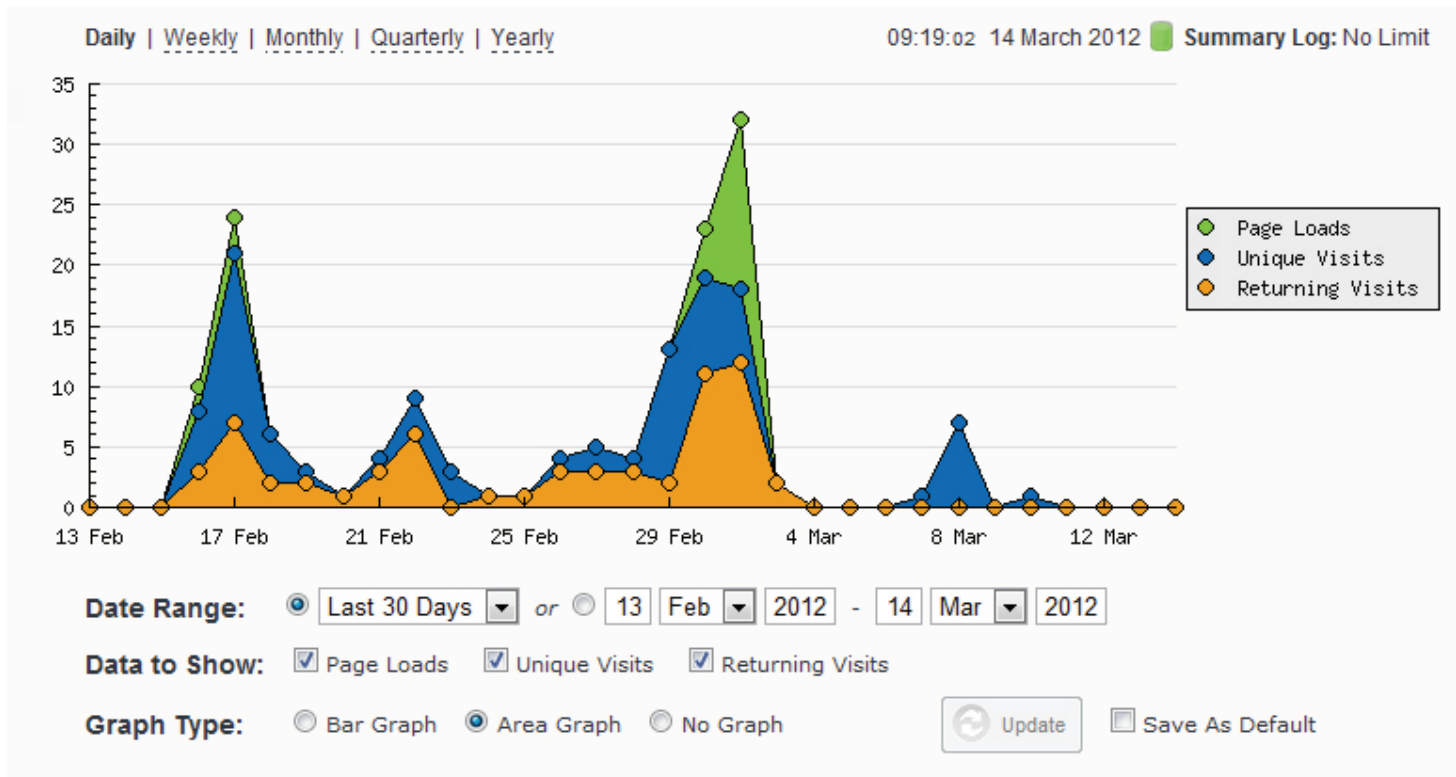




Esta estrategia mostró ser efectiva en dos formas. Primero la base de contactos del usuario de Facebook de FUNDECRÁNEOS aumento de 35 a 90 en sólo unos días, y segundo esta página teaser llegó a recibir 135 visitas, con un peak de 40 visitas el día del lanzamiento.

Facebook ha demostrado la efectividad esperada en la conexión con los usuarios. Diariamente se está actualizando el

contenido, no sólo con respecto a la plataforma, sino también a través del posteo de música y referentes gráficos del Stoner, lo que ha llevado a la interacción con algunos de los contactos logrados, en este sentido se puede seguir trabajando para obtener un feedback más activo en relación con la plataforma.







**REALIZACIÓN**



## 1. Desarrollo del Prototipo Final

### 1.1 Plataforma web

Para la plataforma web se optó por un dominio “.cl” para de esta forma situar el proyecto como un producto chileno, alcanzando una mayor representación en Chile y el extranjero. La dirección de la plataforma web del proyecto es fundecraneos.cl, el sitio se encuentra activo a partir desde el 2 de marzo de 2012.

#### Layout

El layout general de la plataforma está basado en tres secciones principales, el header, el cuerpo y el footer como fueron definidos en los wireframes.

En el header podemos encontrar el logotipo del proyecto como se ha visto anteriormente. Para el fondo del header se utilizó una imagen que pudiese ser representativa del género musical y el proyecto, un suelo árido que evoca los inicios del Stoner Rock en el desierto norteamericano junto con la aplicación de alto contraste que nos lleva a una gráfica rockera de



antaoño llevándolo a un mundo más digital con la utilización de filtros y la disposición del logotipo se busca lograr una dicotomía entre la imagen y su aplicación digital.

Bajo el logotipo podemos encontrar el menú, realizando una transición entre la imagen principal del header y el cuerpo de la plataforma web. Para el menú se ha dispuesto una imagen de fondo acorde a la gráfica del Stoner, trabajando con la ilustración y continuando con el desgaste apelando al estilo musical del proyecto. Con un color de fondo que genera un gran contraste con el resto de la plataforma y trabajando al mismo tiempo con el logotipo en el header. Aquí podemos encontrar las cuatro secciones principales, además del home, que tiene la plataforma. Para su utilización se ha realizado de manera horizontal pero su orden intrínseco se encuentra de izquierda a derecha, empezando por la sección referente al proyecto mismo, siguiendo con las bandas, la tienda donde se encontrarán los productos y finalmente los eventos.

Continuando verticalmente encontramos el cuerpo, aquí se situará el contenido que se dará acorde con las sec-


**FUNDECRANEOS**

**EL PROYECTO BANDAS TIENDA EVENTOS**

Síguenos en:  

Contacto: [fundecraneos@gmail.com](mailto:fundecraneos@gmail.com)  
Optimizado para resolución de 1280x720  
Desarrollado por Danilo Neira

Logotipo FUNDECRÁNEOS por Danilo Neira está  
bajo una Licencia [Creative Commons Atribución  
NoComercial-LicenciarIgual 3.0 Unported](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/)





ciones anteriormente mencionadas más el home. El cuerpo está definido, al igual que el menú, con una gráfica de manera ilustrativa y continuando con el tratamiento de desgaste que une visualmente toda la construcción. Nuevamente, el desgaste está asociado directamente al sonido del estilo musical que define el proyecto, se quiere representar la distorsión y lo pesado. Junto con esto la elección del color del cuerpo intenta proyectar los colores que pueden ser encontrados en las canteras de salitres pertenecientes al norte de Chile, tratando de situar el estilo musical y la plataforma dentro del contexto nacional. Los contenidos específicos de cada sección serán expuestos más adelante.

Finalmente se puede observar el footer, siguiendo las líneas definidas por el cuerpo se trabaja con el color negro, el alto contraste generado con el fondo de la plataforma y la ilustración. Además de esta unidad visual que se presenta también podemos observar estos dos “pilares” representados por estas formas femeninas muy asociadas al género musical, recordemos la gran influencia que tiene el Art Nouveau las

piezas que se asocian al Stoner Rock. Estas dos figuras terminan por unir el cuerpo con el footer dejando la construcción de la plataforma como una sola pieza grafica pero con secciones marcadas. El contenido del footer está dividido en tres secciones horizontales separado por líneas para su lectura. En primer lugar encontramos enlaces a las páginas oficiales del proyecto en redes sociales, en este caso Facebook y Youtube, su alcance será mencionado más adelante. Luego se puede ver la información de contacto del proyecto y la información técnica de la plataforma y finalmente podemos ver la licencia Creative Commons asociada al proyecto. Se ha elegido utilizar una licencia Atribución-NoComercial-CompartirIgual de esta el proyecto, como sistema de difusión, puede ser utilizado por otras personas, continuando con la visión del procomún que se quiere proponer.

Como se puede observar la combinación cromática propuesta tiene una gran funcionalidad visual, con contrastes definidos, ayudando a la exposición y visualización de contenido.

### Contenido

**Home:** El home está dividido en dos partes, primero y con un mayor foco en cuanto a la distribución de espacio e interacción encontramos la sección de noticias. Construido sobre una aplicación Java la sección de noticias mostrará cuatro noticias de gran relevancia para el proyecto, las cuales se irán rotando en un loop pero también pueden ser seleccionadas por el usuario en la parte derecha de la sección. Sobre este sector derecho se encuentran los titulares de las noticias junto con su respectivo thumbnail (imagen pequeña). Al ser seleccionado

un titular este pasará a mostrar una imagen de gran mayor tamaño en el sector izquierdo de la sección, esta imagen será representativa de la noticia seleccionada, bajo esta imagen se encuentra una breve descripción de la noticia que invita a una mayor lectura la cual pasará a un link al que se puede acceder haciendo click en la imagen o en el texto "leer más". Este link llevará al usuario a una descripción más acabada de la noticia junto con links correspondientes a la noticia. La noticias preferentemente serán relacionadas con la plataforma, sus productos y servicios asociados, también incluyendo noticias

### Noticias

En el sector derecho se encuentran los titulares los cuales rotan y pueden ser seleccionados.



# FUNDECRÁNEOS



EL PROYECTO

BANDAS

TIENDA

EVENTOS



**Muy pronto abriremos nuestra tienda**

En la sección Tienda pronto podrás encontrar productos de todas las bandas adheridas a FUNDECRÁNEOS

[ver más](#)



FUNDECRÁNEOS ya se encuentra en línea



Revisa nuestra sección de bandas



¿Tienes una banda y te gustaría participar?



Muy pronto abriremos nuestra tienda



PRONTO ABRIREMOS NUESTRA TIENDA



¿TIENES UNA BANDA? LEE NUESTRAS BASES

Síguenos en:



Contacto: [fundecraneos@gmail.com](mailto:fundecraneos@gmail.com)  
Optimizado para resolución de 1280x720  
Desarrollado por Danilo Neira

Logotipo FUNDECRÁNEOS por Danilo Neira está bajo una Licencia Creative Commons Atribución NoComercial-Licenciadigual 3.0 Unported



de las bandas bajo el netlabel. Las imágenes utilizadas variarán correspondiendo a la noticia pero en su mayoría se utilizarán ilustraciones para continuar con la unidad grafica de la plataforma.

La segunda parte del home está compuesta por tres banners situados debajo de la sección de noticias. Estos banners son relevantes en el sentido de lectura de izquierda a derecha. Primero se encuentra el banner de eventos, aquí se podrá encontrar la información del evento más próximo a realizarse por alguna de las bandas del netlabel, el siguiente banner estará relacionado con la promoción de los productos del netlabel, esto podrán descuentos o conjuntos de productos junto con un link asociado al producto dentro de la plataforma. El tercer banner es un link que lleva al documento generado para informar sobre las bases del proyecto a bandas que quieran integrarse y ser parte de éste. Todas estas secciones, al igual que el resto del contenido de la plataforma, están encerradas en cajas, estas cajas son dispuestas para separar y ordenar el contenido y está visualizado para continuar con la unidad

que se quiere imponer, a manera de ilustración continuando con el tratamiento de desgaste como se puede observar en los perfiles.

Estas secciones son el layout principal del home y su disposición es distinta, como se podrá observar más adelante, con el resto de las secciones principales de la plataforma ya que su función también es diferente y pretende llamar la atención al resto de los contenidos que se pueden encontrar.

**El Proyecto:** En la sección principal referente al proyecto podemos encontrar en primer lugar un pequeño resumen acerca del proyecto mismo, descubriendo las actividades que se realizan y cuáles son los objetivos. A la izquierda del resumen se encuentra un submenú con dos botones, el primero es un link que lleva a la primera pagina de la sección "El Proyecto" y el segundo botón lleva la descripción de los integrantes del proyecto. En esta descripción se puede encontrar a tres personas, en primer lugar me encuentro yo como creador del proyecto y las otras dos personas son amigos

# FUNDECRÁNEOS

**EL PROYECTO BANDAS TIENDA EVENTOS**

## ¿Qué es FUNDECRÁNEOS?

FUNDECRÁNEOS es una plataforma para la difusión de bandas chilenas independientes de Stoner Rock, Doom y Sludge.



Aquí podrás encontrar música de distintas bandas para descargar de forma gratis. Toda la música aquí disponible cuenta con licencias Creative Commons, esto significa que además de descargar, podrás compartir e incluso utilizar para tus propias creaciones los temas que más te gusten, siempre de acuerdo a las licencias que las bandas han elegido para sus obras.

Junto con ofrecerte lo mejor del Rock chileno, FUNDECRÁNEOS se dedica a la producción y venta de merchandising de las bandas que están adheridas al proyecto. Tenemos desde poleras hasta fondos de pantallas que puedes descargar, todo desarrollado en conjunto con las bandas.

Dentro de nuestros objetivos se encuentra la producción de eventos, generando nuevos espacios para este género musical lo llevaremos a centros culturales y espacios abiertos en todo Chile.

**¿QUÉ ES?**

**QUIÉNES SOMOS?**

Síguenos en:  

Contacto: [fundecraneos@gmail.com](mailto:fundecraneos@gmail.com)  
 Optimizado para resolución de 1280x720  
 Desarrollado por Danilo Neira

Logotipo FUNDECRÁNEOS por Danilo Neira está bajo una Licencia Creative Commons Atribución NoComercial-Licenciadigual 3.0 Unported 

que me han ayudado con la implementación del proyecto mismo, en la descripción se puede observar específicamente en que han aportado al proyecto.



Gráficamente la disposición del contenido es básicamente lo que se encontrará en el resto de la plataforma, continuando con la dirección de lectura de izquierda a derecha apostando por la importancia del contenido presentado y en segundo lugar, pero de gran relevancia como se puede observar, la navegación de la plataforma.

**Bandas:** La sección principal bandas es una de las más complejas en términos de profundidad. Al dirigirse a “Bandas” a través del menú nos encontraremos con ilustraciones representativas de cada banda. En estos momentos, como ya se ha mencionado, existen tres bandas adheridas al netlabel, Kayros, Turbo Diesel y Santo. El formato de las ilustraciones es vertical, apelando a los formatos ocupados por Alfons Mucha uno de los artistas principales del Art Nouveau. El contenido de las ilustraciones marca la dirección artística que quiere proponer el proyecto para sus piezas, con una gran influencia del arte realizado en las décadas de 1960 y 1970 se mezclarán elementos visuales de alto contraste con la

# FUNDECRANEOS



EL PROYECTO BANDAS TIENDA EVENTOS



**KAYROS**



**TURBO  
DIESEL**



**Santo**

Siguenos en:



Contacto: [fundecraneos@gmail.com](mailto:fundecraneos@gmail.com)  
Optimizado para resolución de 1280x720  
Desarrollado por Danilo Neira

Logotipo FUNDECRÁNEOS por Danilo Neira está  
bajo una Licencia Creative Commons Atribución  
NoComercial-LicenciaIgual 3.0 Unported



# FUNDECRÁNEOS



EL PROYECTO

BANDAS

TIENDA

EVENTOS



Aquí podrás encontrar música de distintas bandas para descargar de forma gratis. Toda la música aquí disponible cuenta con licencias Creative Commons, esto significa que además de descargar, podrás compartir e incluso utilizar para tus propias creaciones los temas que más te gusten, siempre de acuerdo a las licencias que las bandas han elegido para sus obras.

Junto con ofrecerte lo mejor del Rock chileno, FUNDECRÁNEOS se dedica a la producción y venta de merchandising de las bandas que están adheridas al proyecto. Tenemos desde poleras hasta fondos de pantallas que puedes descargar, todo desarrollado en conjunto con las bandas.

Dentro de nuestros objetivos se encuentra la producción de eventos, generando nuevos espacios para este género musical lo llevaremos a centros culturales y espacios abiertos en todo Chile.



Síguenos en:



Contacto: [fundecraneos@gmail.com](mailto:fundecraneos@gmail.com)

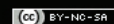
Optimizado para resolución de 1280x720

Desarrollado por Danilo Neira

Logotipo FUNDECRÁNEOS por Danilo Neira está

bajo una Licencia Creative Commons Atribución

NoComercial-Licenciariigual 3.0 Unported





psicodelia y la obscuridad de las obras, apelando a las piezas gráficas y musicales del Stoner Rock. Estos elementos propios de una época marcada por afiches y obras realizadas para ser impresas en serigrafía se les darán un toque moderno de contenido implementando elementos pertenecientes a nuestra época, elementos como la tecnología, la cibernética, la era espacial y otros pretenden llevar el significado de las piezas a



un nuevo nivel. Apelando al extrañismo, el diseño de las piezas intenta captar el interés del usuario y por supuesto dar paso a la dirección artística del proyecto sin perder la influencia y raíces musicales que encadenan todo.

Siguiendo con el layout de la sección de bandas, las ilustraciones se encontrarán en filas de tres y hacia abajo, cada ilustración será un link a la página propia de la banda dentro de la plataforma.

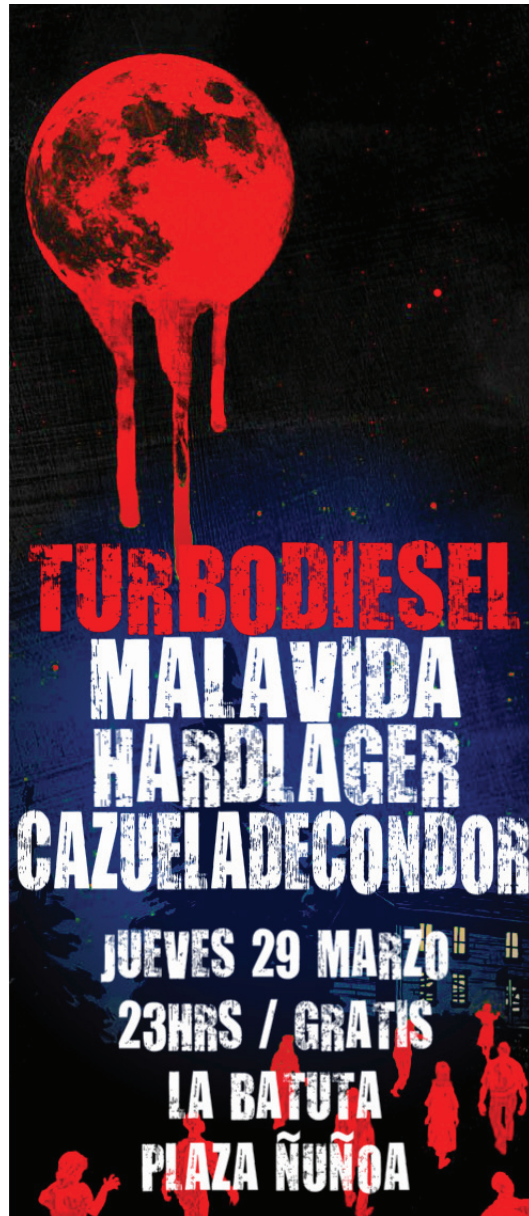
Las páginas propias de la bandas constan de dos partes. A la izquierda se encuentra una fotografía de la banda con el código fotográfico del proyecto, colores saturados y altos contrastes. Bajo esta fotografía se observa un botón que dirige a las galerías fotográficas de las bandas que cuentan con el mismo código fotográfico descrito anteriormente y se encuentran bajo una aplicación Java para su visualización. Volviendo a la página de la bandas en el lado derecho se halla la biografía de la banda, se puede observar un máximo de 150 palabras, si la biografía es más extensa se pasara a su visualización en Java. Debajo de la biografía estarán las car-

atulas de los discos disponibles para descargar, éstas caratulas actúan como botones que llevan hacia la información del disco, una imagen de mayor tamaño de la caratula, el listado de temas musicales contenidos en el disco para su descarga por separado, un botón de descarga de un archivo que contendrá todo el disco y la información de la licencia Creative Commons bajo la cual se encuentra el disco.

**Tienda:** Aquí se encuentran los productos de merchandising disponibles para el usuario. En el sector derecho del cuerpo se dispone un submenú con cuatro botones que llevarán a los distintos formatos de productos: poleras, pendrives, posters y skins. En cada una de estas subsecciones se encontrarán los productos de todas las bandas adheridas al proyecto, cada producto muestra una fotografía del producto final con un botón de información y un botón de compra. La información del producto se visualiza en una aplicación Java que muestra la información relevante del producto, como precio, stock, tallas (en el caso de las poleras) y método de

impresión junto con una fotografía del producto. El botón de compra dirige hacia un formulario el cual se debe llenar con los datos más relevantes del usuario y del producto que se quiere obtener, este formulario luego pasará a ser enviado al mail generado específico para estos datos donde luego se enviarán los datos para el depósito correspondiente a al precio del producto y luego ser despachado. Este es el método de compra que fue descrito en el plan de negocios del proyecto.

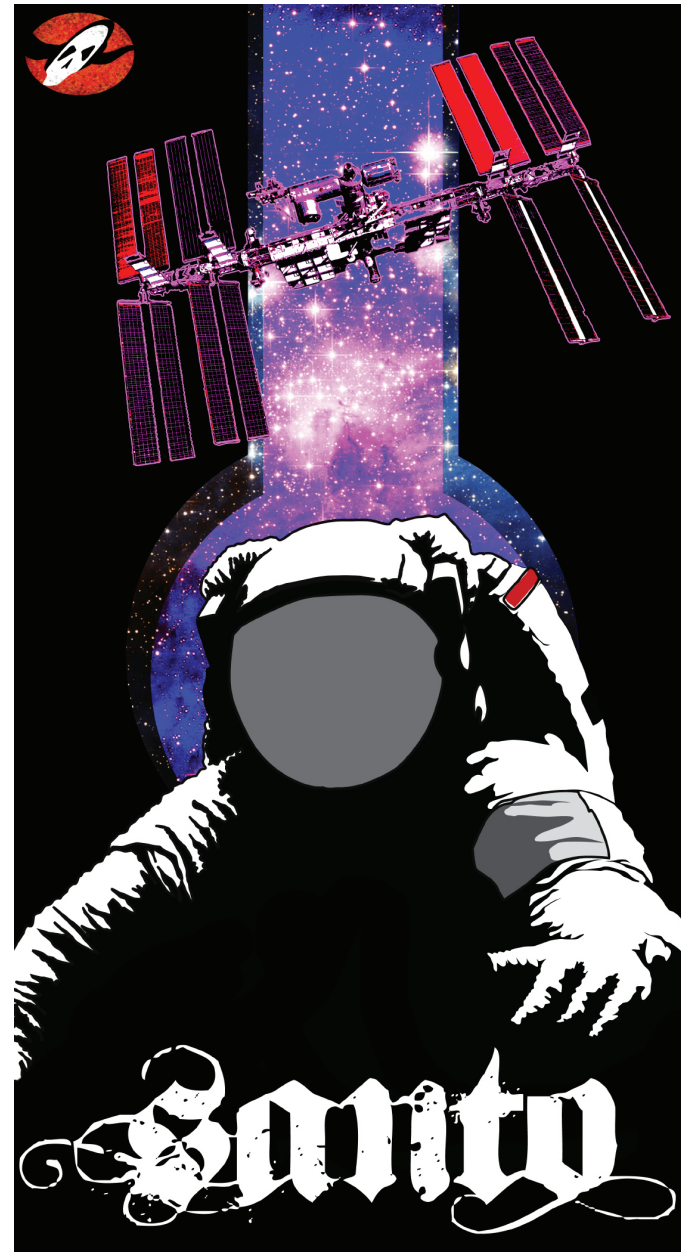
**Eventos:** En esta sección se encuentran los eventos próximos en los que se encuentran las bandas pertenecientes al proyecto. La información se dispone de forma horizontal para cada evento y se enlista hacia abajo. El orden se realiza de acuerdo a la proximidad de fechas, es decir que el evento más próximo se encuentra en primer lugar y así hacia abajo. Cada evento cuenta con un thumbnail del el afiche correspondiente, este thumbnail tiene una función de botón, al hacer click se visualizará la imagen del afiche en un mayor tamaño. El diseño de afiches no está estrictamente reservado por el



netlabel, sino que también se incluyen afiches de los cuales dispone el realizador del evento. Claro el servicio del diseño y producción de afiches es propuesto para las bandas cuando estas son las encargadas de la realización del evento.

## 1.2 Productos

La dirección de arte para el diseño de los productos fue descrita anteriormente. Se propone una gráfica marcada por el arte realizado en las décadas de 1960 y 1970 se mezclaran elementos visuales de alto contraste con la psicodelia y la obscuridad de las obras, apelando a las influencias gráficas y musicales del Stoner Rock. Estos elementos propios de una época marcada por afiches y obras realizadas para ser impresas en serigrafía se les darán un toque moderno de contenido implementando elementos pertenecientes a nuestra época, elementos como la tecnología, la cibernética, la era espacial y otros pretenden llevar el significado de las piezas a un nuevo nivel. Apelando al extrañismo, el diseño de las piezas intenta captar el interés del usuario y por supuesto dar paso a la dirección artística del proyecto sin perder la influencia y raíces musicales que encadenan todo.



**Poleras**

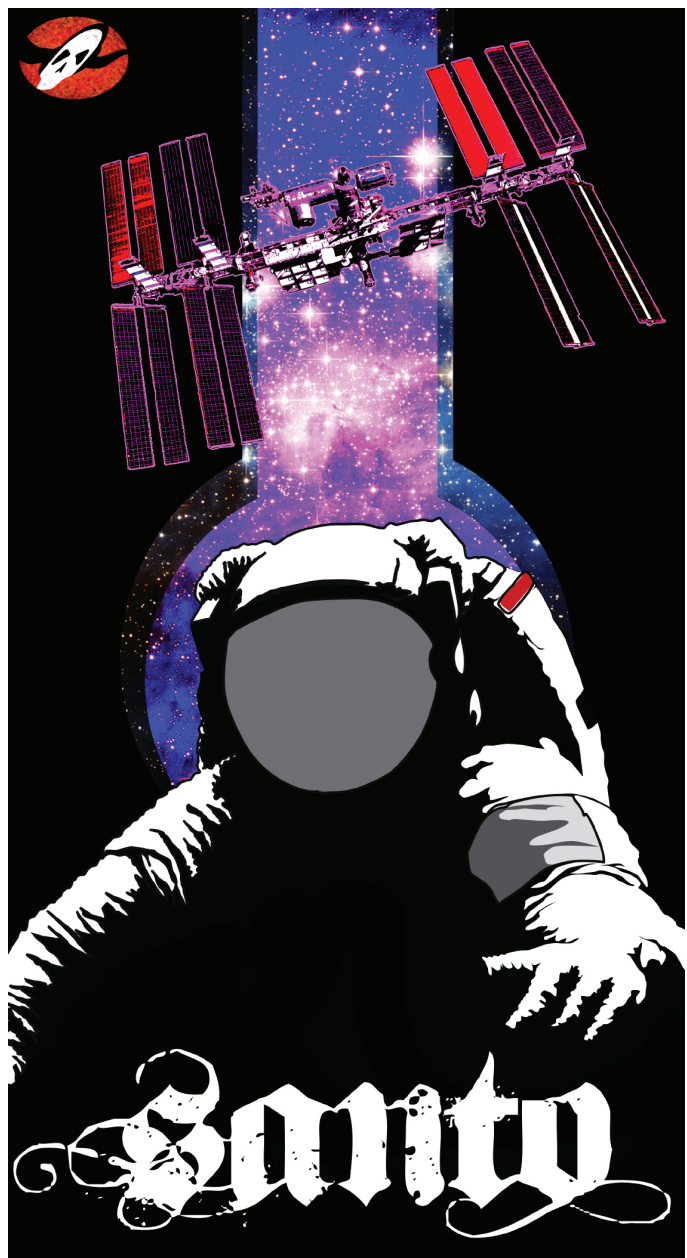


## Pendrives



Posters







## **2. Visualización de Resultados**

### **2.1 Situación actual**

Para comprender la visualización de los resultados debemos analizar la situación actual del proyecto. Ya se ha observado en la estrategia comunicacional como resultó la primera aproximación con las bandas y los usuarios en una fase previa al lanzamiento del proyecto como tal, dentro de una dinámica de análisis más cuantitativo, como el número de visitas, pero el análisis real de cómo se debe comportar el proyecto pasa más por lo cualitativo, en especial la conexión que existe con las bandas hasta ahora, ya que el diseño de piezas está ligado a la comunicación que existe entre las dos partes.

Hasta el momento sabemos que el proyecto ya fue lanzado y se encuentra a disposición del público, con parte de las piezas de diseño, los productos aún no han sido lanzados por lo que un análisis de las ventas se encuentra descartado. Lo sí podemos analizar en profundidad es la comunicación que se ha tenido con las bandas de manera interna y la relación que

se ha dado con el usuario a través de las redes sociales, y por supuesto como se ha comportado la plataforma en cuanto a visitas y descargas, pero debo recalcar que es más importante el análisis de la conexión que se ha tenido con el usuario.

### **2.2 Conexión con las Bandas**

Como se ha expuesto existen hasta el momento tres bandas adheridas al proyecto, Kayros, Turbo Diesel y Santo. Personalmente me he reunido con una de las bandas, Kayros, en una conversación donde se plantearon en detalles los objetivos del proyecto y los beneficios que obtiene la banda. Esta misma conversación también ha sido planteada con las otras dos bandas pero a través de email, estas conversaciones pueden ser observadas en la sección de anexos. A continuación haré un análisis de la comunicación que se ha dado con las bandas, análisis que ha sido visto de forma cualitativa y puede ayudar al crecimiento del proyecto.

No fue trabajo convencer a las bandas debido a las características del proyecto y los beneficios que éstas obtienen

siendo parte de éste, lo que sí ha llevado a una conversación más profunda ha sido el análisis de la situación de la música independiente en Chile (sobre todo la conversación que se tuvo con Kayros) y lo que se ha generado a la hora de la propuesta de piezas gráficas. La construcción de las propuestas ha sido un poco más compleja, ya que al no tener una reunión directa con las bandas por cuestiones de distancias, recordemos que estas bandas son de las ciudades de Concepción, Coyhaique y Valparaíso, no se tiene un tono real de lo que es más interesante para las bandas. De todas maneras las propuestas realizadas han sido aprobadas y la dirección de arte que se ha planteado ha sido aceptada por las bandas con entusiasmo.

El trabajo más complejo, como se puede observar en los emails, ha sido con la banda Turbo Diesel, esto es debido a la dicotomía que se puede observar en la banda, su música y nombre apuntan por un lado a algo más cercano al Hard Rock dentro de sus influencias pero ellos quieren dar una vuelta a esto y dirigirse a una visión más cercana con la naturaleza,

que es el giro que quieren dar con su nuevo disco. Lo bueno es que me han dado la posibilidad de escuchar algunos de sus nuevos temas musicales y he comprendido lo que ellos quieren comunicar.

Kayros y Santo están más abiertos a las propuestas que se les han dado, comprenden lo que se quiere hacer con las piezas y su visión musical está más enfocada que el trabajo de Turbo Diesel por lo que llegar a los diseños finales ha sido menos complejo y más concreto.

El trabajo comunicacional que se le ha dado a las bandas ha sido requerido por las mismas, lo que es bueno ya que de esta manera no debo estar encima de ellas para obtener nuevo material o más información, definitivamente las bandas comprenden el alcance del proyecto y quieren ser parte de éste. Esto lo menciono por dos situaciones que se han dado hasta el momento. La banda Kayros está muy cercana a lanzar su segundo disco y me han facilitado un link que tiene un single promocional, este single promocional, si bien no está para ser descargado a través de la plataforma, ha servido

como ancla para establecer relación con los usuarios de Facebook, ofreciendo material inédito a su disposición a través de la página oficial en Facebook del proyecto. La otra situación se dio con la promoción de un evento realizado por Turbo Diesel, si bien no se dio la oportunidad de participar en el diseño del afiche del evento, la banda me informó con anticipación del evento para que éste fuese publicado a través de la plataforma y de Facebook.

### 2.3 Conexión con el Usuario

La conexión con el usuario no ha sido excepcional, si bien ha habido una buena recepción en términos cuantitativos, visitas a la plataforma y número de amigos en Facebook, se puede observar que el feedback no ha sido el esperado. Proyectualmente se ha buscado una discusión acerca de la plataforma, como ésta cumple con las necesidades y objetivos propuestos en el marco teórico, pero no se ha dado. Si bien la plataforma ha funcionado, como se verá más adelante, creo que falta profundizar en ese detalle.

The image shows a screenshot of a Facebook page. At the top, the Facebook logo is visible on the left, and the name 'Scour' is on the right. Below the header is a large profile picture of a red and white skull. To the right of the profile picture is a sidebar with navigation options: 'Fu', 'Lal', 'S', and 'Scra'. Below the profile picture is a list of posts or items:

- Plank
- Cap'n's Log
- Portraits (1)
- Me Hearties
- Those ye be admirin' (2)

Below this list is a section titled 'Me Hearties (102)' with a small profile picture of a person and the name 'Piq Maq' next to it.

Se ha establecido una conexión a través de las redes sociales, se ha tenido conversaciones enfocadas en el ámbito musical del proyecto y el usuario ha mostrado interés en ese aspecto, gracias a la estrategia comunicacional que se ha propuesto, mostrando música de las bandas que existen en Chile a través de videos y enlaces a sitios que combinan una propuesta gráfica junto con el estilo musical, se ha querido dirigir al público a una visión compuesta por la música y el trabajo visual, que son parte importante del proyecto.

**Cap'n Kayros Rock**  
<http://soundcloud.com/kayrosrock/tierras-infertiles-16-bit-44>  
 new album kayros "tierras infertiles" 2012, listen loud and stoned

**Tierras infertiles 16 bit 44 Khz**  
 soundcloud.com

Armando González Pino an FundeCráneos Chile find this pleasin' to the eye.

**FundeCráneos Chile** wena cabros, está denso el tema  
 Marrch 18 roundabouts 2:42in the evenin' · Arrr, This be pleasin' to me eye.

Scrawl a message...

**Cap'n Vicho Verdugo**  
 wena wena cuando estará funcionando la tienda?  
 Arrr, This be pleasin' to me eye. · Weigh in · Spy Mateyship · Marrrch 8 roundabouts 1:21in the evenin' near Rancagua · ✨

**FundeCráneos Chile** wena compare. Pronto, estamos trabajando en los productos para que queden de lujo  
 Marrch 8 roundabouts 4:27in the evenin' · Arrr, This be pleasin' to me eye. · ♻️ 1

Scrawl a message...

**Cap'n Román Olivares**  
<http://www.youtube.com/watch?v=5WkaeBZ1kGU>  
 Arrr, This be pleasin' to me eye. · Weigh in · Spy Mateyship · Marrrch 7 roundabouts 9:09in the evenin' · ✨

**Born To Booze** japos brigidos  
 Marrrch 7 roundabouts 9:23in the evenin' · Arrr, This be pleasin' to me eye.

Scrawl a message...

**Cap'n FundeCráneos Chile**  
 wena cabros, escuchen Ciudad en Llamas tremendo single de Santo, recuerden que pueden descargarlo en <http://fundecraneos.cl/bandas/santo/>

**Ciudad en Llamas**  
 soundcloud.com  
 Grabación con toma en vivo, sin mezcla.

Care not fer such trifles · Weigh in · Blabber t' yer mates · Marrrch 7 roundabouts 9:01in the evenin' · 🗣️

👍 Ye an' Santo Banda an' Catalina Carrasco an' 3 other mateys fancy this.

**Espermatidío Bass** weno!!  
 Marrrch 8 roundabouts 7:25in the mornin' · Arrr, This be pleasin' to me eye. · ♻️ 1

Scrawl a message...

## 2.4 Comportamiento de la Plataforma

El comportamiento de la plataforma ha sido como era esperado, el número de visitas y descargas se ha mantenido a lo largo del tiempo, con un promedio de 10 visitas y tres descargas diarias. El conteo se ha realizado a través de la herramienta web Google Analytics. Algo que si me ha sorprendido ha sido la visita de usuarios alrededor del mundo, con visitas de personas de Argentina, Portugal, Croacia y Estados Unidos, si bien es de esperarse en un sitio web la estrategia comunicacional se ha enfocado solo en el ámbito nacional, pero una exploración a nivel internacional podría ser tratada en el futuro.



■ **51.56% New Visitor**  
99 Visits

■ **48.44% Returning Visitor**  
93 Visits

### 101 people visited this site

-  **192 Visits**
-  **101 Unique Visitors**
-  **904 Pageviews**
-  **4.71 Pages/Visit**
-  **00:04:00 Avg. Visit Duration**
-  **33.33% Bounce Rate**
-  **51.04% % New Visits**

Overview

Visits vs. Select a metric

● Visits

30

15



Mar 22

Mar 29

Apr 5



### 3. Presupuesto

El análisis de presupuesto puede ser observado en el plan de desarrollo sustentable del proyecto que se encuentra desde la página 146 hasta la página 167.

### 4. Conclusiones

Para empezar las conclusiones de este proyecto debemos, en primer lugar, recordar el objetivo general que lo ha impulsado: “Promover y difundir música chilena independiente por medio del diseño de un netlabel cuyo sistema sustentable y descentralizado organice la preservación y la descarga de contenidos vía online”.

Como se ha observado, sobretodo en la tercera parte de este informe, la promoción y difusión han logrado los niveles esperados, ya que no solamente nos encontramos con un interés por parte de los músicos, también el interés que tiene el usuario sobre el proyecto y la música es apreciado en la cantidad de visitas a la plataforma junto con la conexión que se ha tenido a través de la red social Facebook. No sólo se han obtenido “amigos” interesados en el proyecto, también la base de amigos de las bandas en sus páginas oficiales de la red social se ha incrementado, lo que por supuesto ha sido muy bien recibido por los artistas. En términos cuantitativos

no ha sido una “explosión” de números, pero nunca en la construcción del proyecto se mencionó que sería así y es por esta razón que este objetivo está siendo cumplido como punto de partida, ya que debemos siempre tener en mente que estamos tratando con un proyecto que apunta a su preservación y crecimiento en el tiempo.

FUNDECRÁNEOS se encuentra en funcionamiento con música chilena 100% independiente, ninguna de las bandas que se han asociado o que han mostrado interés en el proyecto tiene un contrato con un sello discográfico. Por supuesto este es un punto que se ha sido planeado a través de la elección de un género musical específico, si bien tiene un gran número de representantes y seguidores en el país, éste no se encuentra dentro de un marco de música popular, esto lo ha hecho un buen nicho para el proyecto. En el país podemos encontrar bandas de Stoner Rock con contratos discográficos, como lo son Hielo Negro y Electrozombies, pero estos sellos discográficos son chilenos e independientes.

El diseño de netlabel es uno de los puntos más

trascendentales para el proyecto y ha sido logrado con excepcionalidad. La descripción de netlabel realizada en el marco teórico<sup>11</sup> ha sido alcanzada por el proyecto y no bastando con esto FUNDECRÁNEOS ha sido incluido en Netlabels Chile<sup>12</sup>, sitio web encargado de reunir netlabels que difunden música chilena.

El trabajo de Branding realizado fue complejo, pero sin lugar a dudas la solución final es representativa del proyecto y de lo que se quiere alcanzar, no sólo en términos de naming y Branding, sino que también que se ha sentado una posición sólida para el diseño de productos y piezas gráficas.

La sustentabilidad del proyecto es un tema que se encuentra pendiente debido a la trascendencia temporal de lo que significa. A pesar de esto, el plan de sustentabilidad del proyecto tiene una base firme y las proyecciones realizadas

---

11 Página 47

12 Espacio de FUNDECRÁNEOS en Netlabels Chile: <http://www.netlabels.cl/labels/view/fundecraneos>



han sido austeras y se encuentran al alcance de lo que se ha realizado hasta ahora.

La descentralización es el punto sensible del proyecto, ya que plantea una posición política acerca de la cultura y como está debe ser accesible por todos los chilenos. Se han analizado políticas ministeriales acerca de este punto que no han sido fáciles de abordar, pero la elección de realizar el proyecto de manera independiente ha sido acertada ya que no quita la posibilidad de obtener ayuda por parte del estado en el futuro. Lo que se ha logrado ha sido satisfactorio, FUNDECRÁNEOS cuenta en estos momentos con tres bandas de distintas regiones del país que comparten la visión del proyecto y su nivel de involucramiento es muy importante para el crecimiento de éste, como ha sido planteado en el plan de sustentabilidad presentado.

La preservación del contenido a difundir no puede ser analizada en un periodo tan corto de tiempo, sino que debe ser visto en futuro de mediano a largo plazo para observar realmente la trascendencia que puede tener el proyecto a

través del tiempo. No así la descarga de este contenido, como fue mencionado, herramientas web como Google Analytics y el sistema de gestión Wordpress nos permiten analizar cuantitativamente los niveles de descarga que ha obtenido la plataforma, y de cómo se ha llegado al usuario. Como se mencionó en estos momentos existe una media de tres descargas diarias durante el mes en el que se ha encontrado en funcionamiento la plataforma.

El cumplimiento del objetivo general en su totalidad posee una variable difícil de analizar en este momento, el tiempo. A pesar de esto el proyecto se encuentra en funcionamiento y en su etapa de desarrollo no se pasado por alto esta variable, como se ha analizado en esta etapa de partida se ha comportado de acuerdo a lo estipulado y definitivamente su proyección en el tiempo es viable.

## Bibliografía

- Antoine, C. (2011 julio). Las industrias creativas en Chile. Posibilidades y propuestas en la coyuntura de las nuevas políticas culturales del país 2011-2016. Escuela de Periodismo, Universidad de Santiago de Chile. Recuperado marzo 7, 2012 de [http://usach.academia.edu/CristianAntoine/Papers/855276/Las\\_industrias\\_creativas\\_en\\_Chile](http://usach.academia.edu/CristianAntoine/Papers/855276/Las_industrias_creativas_en_Chile)
- Bollier, D. (2003). El redescubrimiento del procomún. Recuperado septiembre 27 de <http://biblioweb.sindominio.net/telematica/bollier.html>
- Comscore (2011). Social Networking Accounts for 1 of Every 4 Minutes Spent Online in Argentina and Chile. Recuperado febrero 17, 2012 de [http://www.comscore.com/Press\\_Events/Press\\_Releases/2011/3/Social\\_Networking\\_Accounts\\_for\\_1\\_of\\_Every\\_4\\_Minutes\\_Spent\\_Online\\_in\\_Argentina\\_and\\_Chile](http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2011/3/Social_Networking_Accounts_for_1_of_Every_4_Minutes_Spent_Online_in_Argentina_and_Chile)
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2011). Política Cultural 2011-2016. Recuperado enero 25 de <http://www.consejodelacultura.cl/politicacultural/>
- Creative Commons Chile (s.f.). Tipos de Licencias. Recuperado agosto 9, 2010 de <http://www.creativecommons.cl/tipos-de-licencias/>
- Creative Commons Chile (2011). Netlabels en Chile. Casos de Estudio. Recuperado marzo 7, 2012 de [http://wiki.creativecommons.org/Case\\_Studies/Netlabels\\_en\\_Chile](http://wiki.creativecommons.org/Case_Studies/Netlabels_en_Chile)
- de Autoridades, D. (1726) Calavera.
- de Chile, U (s.f.). Misión y Visión de la Universidad de Chile. Recuperado marzo 7, 2012 de <http://www.uchile.cl/portal/presentacion/institucionalidad/4681/vision-y-mision>
- de Chile, G. (2010) Políticas Ministeriales. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (Reporte). Santiago: Presidencia de la Nación.
- de Chile, G. (2011). Reporte Regiones N 16. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Departamento de Estudios. Santiago.
- Forrester Research (2010, enero), US Music Forecast 2009 to 2014. Recuperado agosto 18, 2010 de [http://www.forrester.com/rb/Research/us\\_music\\_forecast,\\_2009\\_to\\_2014/q/id/55347/t/2](http://www.forrester.com/rb/Research/us_music_forecast,_2009_to_2014/q/id/55347/t/2)
- Hielo Negro (s.f.). Tours. Recuperado enero 5, 2012 de <http://www.hielonegro.cl/tour/>

- Hielo Negro (s.f.). Tocatas. Recuperado enero 5, 2012 de <http://www.myspace.com/hielonegro/photos/albums/tokatas2/2909489>

- Hielo Negro (s.f.). Tienda online. Recuperado enero 5, 2012 de <http://www.hielonegro.cl/tienda-2/>

- King, B. (2002, mayo) The day the Napster die. Wired OnLine Magazine. Recuperado agosto 13, 2010 de <http://www.wired.com/gadgets/portablemusic/news/2002/05/52540?currentPage=all>

- Lafuente, A. (s.f.) Los cuatro entornos del procomún. Recuperado octubre 7, 2010 de [http://digital.csic.es/bitstream/10261/2746/1/cuatro\\_entornos\\_procomun.pdf](http://digital.csic.es/bitstream/10261/2746/1/cuatro_entornos_procomun.pdf)

- Lessig, L. (2006) Cultura Libre (Edición Traficantes de Sueños). Madrid, España.

- Lessig, L. (2009) Código 2.0 (Edición Traficantes de Sueños). Madrid, España.

- Mathes, A. (2004 diciembre). Folksonomies – Cooperative, Classification and Communication through Shared Metadata. University of Illinois, School of Library and Information Science.

Recuperado noviembre 18, 2010 de <http://www.adammathes.com/academic/computer-mediated-communication/folksonomies.html>

- McInerney, C. (2002). Knowledge Management and the Dynamic Nature of Knowledge. State University of New Jersey School of Communication, Information and Library Studies. Journal of the American Society for information science and technology

- Netlabel Catalog. (s.f.). Our Definition of Netlabel. Recuperado agosto 23, 2010 de [http://www.phlow.de/netlabels/index.php/Main\\_Page](http://www.phlow.de/netlabels/index.php/Main_Page)

- Nielsen, J. (1999) Designing Web Usability. New Riders Publishing. Indianapolis, Indiana.

- ONG Derechos Digitales. Sitio web. Recuperado octubre 12, 2010 de <http://www.derechosdigitales.org/quienes-somos/sobre-nosotros/>

- O'Reilly, T. (2005) What is Web 2.0?. Recuperado noviembre 7, 2010 de <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

- Rivadavia, E. (s.f.). Kyuss Biography. All Music. Recuperado enero 5, 2012 de <http://www.allmusic.com/artist/kyuss-p39911/biography>

- Rodríguez, E. (2010) Director de la editorial Traficantes de Sueños. ¿Qué es lo que significa para ti copiar?. Recuperado marzo 7, 2012 de <http://blog.rtve.es/copiadmalditos/2010/07/qu%C3%A9-significa-para-ti-la-palabra-copiar-emmanuel-rodr%C3%ADguez-traficantes-de-sue%C3%B1os.html>
- Salas, R. (2001, enero). Problemática de la música popular en Chile. *Revista Musical Chilena*, 55 (195). Recuperado marzo 7, 2012 de [http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0716-27902001019500004](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0716-27902001019500004)
- Sociedad Chilena del Derecho de Autor (s.f.) Área Legal. Recuperado agosto 18, 2010 de [http://www.scd.cl/areal\\_legal.html](http://www.scd.cl/areal_legal.html)
- Stallman, R. (2004). *Software Libre para una Sociedad Libre: Selección de ensayos de Richard Stallman* (Edición Traficantes de Sueños). Madrid, España.
- Technorati (s.f.). State of the Blogosphere. Recuperado agosto 23, 2010 de <http://technorati.com/state-of-the-blogosphere/>
- Tur-Bus (s.f.). Cobertura. Recuperado marzo 7, 2012 de [https://www.turbus.cl/turbus/opencms/02\\_Cargo/0205\\_Cobertura/](https://www.turbus.cl/turbus/opencms/02_Cargo/0205_Cobertura/)
- Tur-Bus (s.f.). Condiciones. Recuperado marzo 7, 2012 de [http://www.turbus.cl/turbus/opencms/02\\_Cargo/0207\\_Condiciones/](http://www.turbus.cl/turbus/opencms/02_Cargo/0207_Condiciones/)
- Txema, A. (2010). Que no te engañen... "Copiar" estuvo mal visto desde el colegio.... Recuperado marzo 7, 2012 de <http://blog.rtve.es/copiadmalditos/2010/05/firmas-invitas-txema-arnedo-director-de-desarrollo-propiedad-intelectual-microsoft-ib%C3%A9rica.html>
- Universidad de Chile (s.f.). SISIB. Recuperado octubre 12, 2010 de [http://www.uchile.cl/?\\_nfpb=true&pageLabel=conUrl&url=57662](http://www.uchile.cl/?_nfpb=true&pageLabel=conUrl&url=57662)
- Vercelli, A. (2009). *Repensando los bienes intelectuales comunes*. Recuperado octubre 7, 2010 de <http://www.arielvecelli.org/rlbic.pdf>
- Wikipedia (s.f.). About. Recuperado octubre 12, 2010 de <http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:About>

## Anexos

### Entrevista a Francisco Vera Hott, Vicepresidente de Derechos Digitales, realizada por Danilo Neira el día martes 31 de enero de 2012.

*Pregunta: ¿Existen políticas especiales sobre los netlabels en Creative Commons Chile?*

Francisco: Creative Commons no distingue entre tipos de obra sino que está destinado principalmente a las obras culturales y en ese sentido no hace una distinción especial para las netlabels sino que se espera que las personas que produzcan música o la distribuyan bajo este sistema se puedan acomodar a una de las cuatro modalidades de licenciamiento disponible.

*P: En el caso de las netlabels, ¿las licencias deben ser obtenidas por las bandas o por la netlabel?*

F: Las licencias las debe otorgar el titular de los derechos de autor de la obra, que en principio son los compositores de las bandas y ellos son los únicos que pueden gestionar la licencia Creative Commons (CC) para sus creaciones. Ahora cuando se tenga la licencia cualquiera la puede distribuir respetando los términos de la licencia CC elegida, pero si por alguna razón se les traspasan los derechos a la netlabel, que en este caso debe ser con un contrato y ciertas formalidades que la ley exige, solo en ese caso la netlabel podría gestionar la licencia CC.

*P: Observando las netlabels existentes en Chile, muchas trabajan con una misma licencia para todas las obras que ahí se difunden.*

F: Bueno, las netlabel trabajan en emparejar y tratar de la misma manera las obras que realizan sus bandas, pero el consentimiento y la aprobación que vale para que la licencia CC valga es la de los autores de las obras, y en este caso también los intérpretes, quienes graban.

*P: Esto también entra en el caso de los iconos de las licencias (common deed) que se colocan en las plataformas para indicar que las obras están licenciadas.*

F: La licencia no son los iconos, estos son una forma de comunicar, la licencia es la autorización, ese es el elemento central. Dentro de esto, la comunicación debe ser efectiva, si esta el disco licenciado debe estar el icono y determinar cual licencia es. Si existiera una canción que se quiere licenciar distinto, debe estar estimado dentro de la forma de comunicarlo.

*P: ¿La licencia de Reconocimiento-NoComercial-Compartir Igual no es restrictiva para obras derivadas?*

F: No, es restrictiva para usos comerciales, pero al derivar se debe hacer respetando los otros factores de la licencia, el reconocimiento y compartir igual. Si se realiza una obra derivada se debe compartir de la misma manera, con la misma licencia, por eso que se les llama "licencias virales".

*P: Si una banda quiere abordar el proyecto y tiene su obra bajo derechos de autor convencionales, ¿puede licenciarla con Creative Commons?*

F: Claro, si la obra está bajo sus derechos puede licenciar su obra bajo CC. Las licencias CC no son una cosa a parte de los derechos de autor, es una forma de ejercer los derechos de autor pero autorizando a las personas. Es como si yo tuviese una casa, es mía, pero puedo abrir la puerta y dejar que las personas pasen a ver lo que hay en la casa. De esta manera se hace el ejercicio de dirigirse hacia el público para compartir las obras.

*P: ¿La plataforma web debe tener algún requerimiento especial para albergar trabajos con licencias CC?*

F: No, sólo basta con usar la etiqueta (tag) que da el licence chooser que es la herramienta de la página de CC, el cual contiene un texto marcado etiquetado especialmente que da los atributos de la licencia. Con esto los navegadores de Internet pueden identificar que existe un material con CC y de esta manera a través de buscadores se puede buscar material con sólo este tipo de licencias.

*P: ¿Cual es el trabajo que realiza Derechos Digitales en Creative Commons Chile?*

F: Derechos Digitales es una organización sin fines de lucro que se dedica a la defensa promoción y desarrollo de los derechos humanos en Internet. Esto quiere

decir que ante las nuevas oportunidades que nos otorga la tecnología, que es un espacio ideal para ejercer algunos derechos como la libertad de expresión o la privacidad, también supone ciertas amenazas de parte de que quieren privar esta libertad de expresión que Internet potencia haciendo uso de las misma tecnologías.

En relación con CC, nosotros somos la institución junto con el SISIB de la Universidad de Chile representamos las licencias CC en Chile. Esto significa que nosotros hacemos la traducción de las licencias, la promoción de las mismas y analizamos algunos casos para responder consultas, asesoramos muchas veces este tema. Esto nace debido a que creemos que uno de los derechos humanos importantes es el acceso a la cultura y al conocimiento, participar de la vida cultural del país y pensamos que éste es un límite que tiene la propiedad intelectual, siendo las licencias CC una apuesta a la comunidad, construyendo una cultura más enriquecedora, más libre, más plural y más diversa.

*P: ¿Estaría Derechos Digitales a realizar un apoyo en el campo de la difusión frente a un nuevo proyecto?*

F: Nosotros tenemos canales de difusión para proyectos que utilizan CC, a través del sitio de CC Chile, donde existe una vitrina, también contamos con una base de contactos para promocionar. Esto se realiza no con un proyecto específico, pero si existen proyectos nosotros esta-

mos dispuestos a apoyarlos en la difusión y promoción, los netlabels se inscriben completamente en los proyectos que nosotros promocionamos.

Fin de la Entrevista

**Entrevista a Camila Gallardo Valenzuela, Coordinadora de Programas Estratégicos e Internacionales del Concejo de Fomento a la Música Nacional, realizada por Danilo Neira el día jueves 23 de febrero de 2012.**

*Pregunta: ¿Tiene el CNCA una definición de industrias creativas?*

Camila: La verdad es que no lo sé, esa información podrías obtenerla del Comité de Industrias Creativas del CNCA o tal vez con las personas del FONDART.

*P: ¿Cuál es la postura del gobierno frente a los sellos online o netlabels?*

C: Por parte del consejo se desconoce, se existiera alguna postura debe ser directamente relativa al trabajo del Ministerio del Cultura.

*P: ¿Existe alguna postura por parte del CNCA frente a iniciativas como Creative Commons?*

C: No específicamente, pero el consejo apoya todas las iniciativas que fomenten el crecimiento cultural del país, pero los temas referentes a los derechos de autoría deben

estar dentro de lo estipulado bajo la ley.

*P: Con el proyecto se pretende realizar espectáculos en espacios abiertos dentro de las ciudades ¿Sabes cuál es el protocolo a seguir en ese caso, en relación con los permisos con las municipalidades, intendencia, carabineros, etc.?*

C: Existe un protocolo, pero debes comunicarte con la municipalidad específica donde quieres realizar el evento. Son las municipalidades las que gestionan ese tipo de eventos públicos.

*P: ¿Existen estrategias dedicadas al fomento de la música de forma regional?*

C: No. Cada gobierno regional cuenta con representantes del CNCA, pero su labor está sólo relacionada con la gestión de fondos.

*P: ¿Existe en la actualidad algún proyecto con similares características? (Universitario, Industrias Creativa, Música, etc.)*

C: De los que he podido apreciar no. A través de los fondos concursables de FONDART tenemos acceso a los proyectos que se postulan para luego gestionar los fondos y cuales son aptos. No he observado un proyecto que reúna tantos factores, tal vez podría tratarse de un productora o algo en esa línea, pero algo que reúna la venta de merchandising, la difusión musical y la producción de eventos... no.

*P: ¿Cuáles son las posibles ayudas para los proyectos que se presentan?*

C: Estos deben presentarse al Fondart, gran parte de estos proyectos gana fondos de financiamiento, también ocurre con las becas. Estamos hablando de alrededor de 500 proyectos que se presentan, donde unos 200, tal vez más, obtienen fondos.

*P: ¿Existe alguna posibilidad de ayuda económica por parte del fondo de la música o algún fondo concursables al que pueda postular el proyecto?*

C: El fondo concursables es el único apoyo con el que contamos. Éste se realiza una vez al año, cerca de agosto, para luego entregar los fondos a principios del próximo año.

*P: ¿Existe alguna postura frente a lo que está sucediendo globalmente con los derechos de autoría e Internet? (Leyes SOPA, PIPA y Trans Pacific Partnership)*

C: Las posturas que representan la visión del Consejo vienen por parte del presidente, el Ministro de Cultura, quién no se ha referido a este tema y no se encuentra en la agenda. La verdad es que estas coyunturas son de tipo legal y normalmente están a cargo de los comités formados en el Senado.

Fin de la entrevista.

## **Conversación realizada a través de email con la Sociedad Chilena del Derecho de Autor**

2012/2/27 Informaciones SCD <info@scd.cl>

Estimado Danilo:

Tenemos el agrado de responder su consulta a SCD.

El tipo de información que necesita, debe solicitarlo directamente a los sellos discográficos, debido a que no contamos con la información solicitada. Nuestra función como institución es la adecuada recolección y distribución de los derechos que se generen a través de la difusión pública de las obras que nuestros afiliados nos han autorizado para administrar.

Saluda cordialmente,

Informaciones SCD

info@scd.cl

---

De: Danilo Neira [greatconvoy@gmail.com]

Enviado el: viernes, 24 de febrero de 2012 10:50

Para: Informaciones SCD

Asunto: Proyecto Universitario



Hola, mi nombre es Danilo Neira y soy estudiante de Diseño Gráfico en la Universidad de Chile. En estos momentos me encuentro realizando mi proyecto de título el cual está enmarcado dentro de la música chilena independiente, específicamente del género Rock, junto con su utilización y descarga a través de Internet.

Me gustaría saber si existe la posibilidad de reunirme con alguna persona que pudiera contestar algunas consultas que tengo al respecto del tema.

Gracias de antemano.

Danilo Neira  
Estudiante de Diseño Gráfico  
Universidad de Chile

**Conversaciones realizadas a través de email con la banda Kayros, ordenados desde la fecha más cercana hacia atrás.**

2012/3/6 Kayros rock <kayrosrock@gmail.com>  
ok compadre estamos en contacto , suerte

El 6 de marzo de 2012 13:38, Danilo Neira <greatconvoy@gmail.com> escribió:

Ahora si ésta bien. De todas maneras todo estaba bien hasta antes de que se cayera la wea. Luego les vamos a mandar algunas propuestas para poleras. Nos vemos

2012/3/6 Danilo Neira <greatconvoy@gmail.com>  
Mira lo que paso es que ayer se cayo el servidor y hoy día apareció de nuevo la pagina, pero me desconfiguró algunas cosas, pero estoy en eso y va a estar listo ahora. No hubo problemas con la licencia, esta todo bien. Saludos,

2012/3/6 Kayros rock <kayrosrock@gmail.com>  
danilo me han escrito algunos chicos diciendo que el disco no esta disponible ni se puede descargar de la pagina, tuviste algún problema con la licencia, ya eso saludos compadre?, nos vemos

El 3 de marzo de 2012 13:25, Kayros rock <kayrosrock@gmail.com> escribió:

danilo aca va el url  
<a rel="license" href="http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/"></a><br /><span xmlns:dct="http://purl.org/dc/terms/" href="http://purl.org/dc/dcmitype/Sound" property="dct:title" rel="dct:type">pozo negro</span> por <a xmlns:cc="http://creativecommons.org/ns#" href="http://www.myspace.com/kayros\_rock" property="cc:attributionName" rel="cc:attributionURL">kayros</a> se encuentra bajo una Licencia <a rel="license" href="http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/">Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported</a>.<br />Basada en una obra en <a xmlns:dct="http://purl.org/dc/terms/" href="http://www.myspace.com/kayros\_rock" rel="dct:source">www.myspace.com</a>.<br />Permisos que vayan más allá de lo cubierto por esta licencia pueden encontrarse en <a xmlns:cc="http://creativecommons.org/ns#" href="mailto:kayrosrock@gmail.com" rel="cc:morePermissions">kayrosrock@gmail.com</a>.

El 3 de marzo de 2012 03:54, Kayros rock <kayrosrock@gmail.com> escribió:

Manana lo hago. Ando en el desierto sin internet solo con el celu y asi es re complicado. Manana llevo a san pedro de atacama y trato de hacerla de un ciber

El 02/03/12, Danilo Neira <greatconvoy@gmail.com> escribió:

> Wena cabros, como les ha ido con lo de la licencia??

> 2012/3/2 Danilo Neira <greatconvoy@gmail.com>

>> jaja la vendí, lo arreglo al toque. pa la licencia en Creative Commons<http://www.creativecommons.cl/>en la esquina arriba a la derecha, dice licenciar, son como dos pasos, donde pones el nombre de la obra y de que se trata y luego eliges la licencia. despues te muestra un codigo html, ese codigo tienes que copiarlo y mandarmelo. tienes que elegir el icono más grande de la licencia, despues >> copias el codigo y me lo mandas. De todas maneras guarda el codigo, porque les puede servir para ponerlo en otra parte ya que licenciaron el disco.

>> 2012/3/2 Kayros rock <kayrosrock@gmail.com>

>>

>>> Buena compadre. Respecto a la licencia utilizaremos reconocimiento no comercial compartir igual. Si no cacho muy bien el proceso para materializarla. La ilustracion esta buenisima pero kayros es con y jaja. Dale compadre saludos

>>> El 01/03/12, greatconvoy@gmail.com <greatconvoy@gmail.com> escribió:

>>> > Wena cabros, revisaron lo de las licencias?? Mañana vamos a sacar la pagina y la idea ponerlos del principio, pero para eso es importante que licencien el disco. Mañana les mandare una ilustración para que estén atentos y me la comenten, la vamos a usar en la pagina para seleccionar a la banda.

Eso, saludos

2012/2/22 Kayros rock <kayrosrock@gmail.com>

ademas escuchamos un adelanto del disco ya tengo tu numero danilo , te dejo el mio 78535903 (nacho), mañana jueves en la mañana llegamos al estudio , hablamos compadre,

El 22 de febrero de 2012 21:59, Kayros rock <kayrosrock@gmail.com> escribió:

dale compadre la raja, mira no alcanzamos a llamarte pa juntarnosel finde por que estuvimos a full en el estudio con el disco, pero mañana vamos por mas tiempo a stgo y coordinamos te llamo mañana, saluuuuud

El 22 de febrero de 2012 20:22, Danilo Neira <greatconvoy@gmail.com> escribió:

Buena cabros, que bacan que les interesara el proyecto.

Somo dos personas armando esta cosa yo, Danilo, y mi compadre Román. La idea es lanzar la página la próxima semana. En estos momentos estamos armando la página, le envío un pantallazo para que cachen como va.

Lo que mueve el proyecto es la difusión de las bandas y el hecho de tener una plataforma sustentable en el tiempo. Junto con tener música en linea se van a hacer productos para las bandas, siempre con su permiso, que se van a vender en la plataforma y que se van a enviar a las bandas para que ellos puedan venderlos en sus tocatas y shows. La producción de eventos básicamente va a intentar hacer

tocatas pero sacándolas del clásico bar y poniéndola en lugares abiertos y centros culturales, tratando de darle otra vuelta al asunto. Todas las ganancias que se generen van a ser repartidas con las bandas y para reinvertir en el mismo proyecto. Por ejemplo si se vende una polera, el dinero va para la banda para la que se realizó para polera y para el proyecto, y las ganancias que se realicen de los eventos se reparte por igual para todas las bandas.

El proyecto involucra mucho de la gráfica relacionada con el Stoner que es super particular dentro del rock. También estamos contactando ilustradores para ser parte del proyecto para que realicen algunas piezas con relación a las bandas que se unan al proyecto.

La idea es reunir el mayor número de bandas posibles, donde si una persona busca música Stoner chilena la pueda encontrar de manera fácil y que por supuesto vea todo este otro lado que estamos construyendo.

Nos gustaría tener a su banda desde la partida, con su música y si tienen gráfica también. Pero una de las partes más importantes es tratar de proteger a la música de las bandas con las licencias Creative Commons, que se ocupan mucho con las Netlabels o los sellos en línea. Nosotros estamos en

contacto con las personas de Creative Commons, así que si tienen cualquier duda nos preguntan nomás. Además estando con las licencias es más fácil distribuirlas en línea y tener un control por parte de las bandas.

Como les mencioné la idea es partir ya la próxima semana, para ya empezar a realizar los diseños de afiches, poleras y otras cosas.

Ah, algo que también es parte del proyecto es intentar generar la gráfica para las bandas, o sea si ustedes tienen una tocata luego nosotros les hacemos afiche y los promocionamos en la página y en las redes sociales. Por supuesto sin costo ya que también esto ayuda al proyecto a generar mayor publicidad.

Bueno, si tienen cualquier duda pregunten nomás, sobre todo con relación a las licencias

**Conversaciones realizadas a través de email con la banda Turbo Diesel, ordenados desde la fecha más cercana hacia atrás.**

Subject: Re: Fundecráneos - TURBO DIESEL

From: greatconvoy@gmail.com

To: atg966@hotmail.com

Le voy a dar una vuelta, ya tengo unas ideas.

nos estamos viendo

2012/3/10 Angel Tolosa <atg966@hotmail.com>

Bro... todo bien por acá

La ilustracion, no es precisamente a lo que me referia, pero es mucho mejor que un pulpo con un transformer creo que hay una cuestion de conceptos, tal vez, errada, buscamos algo rustico, pedreste, cercano al fuego y a la tierra, en fin. Puede ser, que la comunicaci3n que mantenemos no es tan cercana como quisiera, sin embargo, y para no retrasar tu proyecto ni tampoco abusar de tu buena voluntad me inclino por la verde oscura.

Usa este y solo este album!

<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.194512667251128.35208.102878316414564&type=3>

Un abrazo y gracias!

Que sea un buen proyecto de titulo

Date: Fri, 9 Mar 2012 16:07:42 -0300

Subject: Re: Fundecráneos - TURBO DIESEL

From: greatconvoy@gmail.com

To: atg966@hotmail.com

wena compadre como va??

oye te adjunto dos opciones para la ilustraci3n, sorry por la demora pero he estado un poco ocupado Tienen m3s fotos de la banda, queremos hacer galerías con buenas fotos. Tocando, de los integrantes, lo que tengan para que se vea m3s viva la cosa. que est3s bien!!

2012/3/5 Angel Tolosa <atg966@hotmail.com>

TE ADJUNTO LA FOTO!

ABRAZO

Date: Sat, 3 Mar 2012 12:03:39 -0300

Subject: Re: Fundecráneos - TURBO DIESEL

From: greatconvoy@gmail.com

To: atg966@hotmail.com

Ok, personalmente me encargare de la ilustración. Parece que no adjuntaste la foto, me la mandas y la cambiamos en seguida. El código ahora quedo como el otro.

Cuando tenga una propuesta te la envié para que la revises. La verdad no tuvimos mucho tiempo para revisiones y me habría gustado y hubieses revisado antes de tirarlo, pero no te preocupes trabajaremos en eso.

Que estés bien.

2012/3/3 Angel Tolosa <atg966@hotmail.com>

Bro esta buenísima la página... aunque tengo que pedirte que cambies la foto que antecede a la info de la banda... forma parte de un periodo ajeno a nuestro trabajo hoy y nos gustaria que tuviera el archivo que te envio adjunto. Voy a revisar lo que pasa con tierra muerta y te voy a enviar otro código. Respecto al arte, o a la imagen que identifica a la banda, no creo que un pulpo y un transformer refleje nuestra intención como banda. buscamos algo mas rustico, mas natural y cercano a la tierra, al fuego, algo un

poco mas duro, que refleje lo que somos musicalmente y de donde venimos, la patagonia! Sugiero que analicen el concepto visual de rochastoner ( <http://rochastoner.deviantart.com/> ). Por lo pronto muchas gracias por todo. Nos preocupa la imagen y la foto. Un abrazo y aguante!

Este es el código de Tierra Muerta:

```
<a rel="license" href="http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/"></a><br /><span xmlns:dct="http://purl.org/dc/terms/" href="http://purl.org/dc/dcmitype/Sound" property="dct:title" rel="dct:type">Tierra Muerta</span> por <a xmlns:cc="http://creativecommons.org/ns#" href="http://soundcloud.com/turbodiesel-rock/tierra-muerta" property="cc:attributionName" rel="cc:attributionURL">Turbo Diesel</a> se encuentra bajo una Licencia <a rel="license" href="http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/">Creative Commons Atribución 3.0 Unported</a>. <br />Basada en una obra en <a xmlns:dct="http://purl.org/dc/terms/" href="http://soundcloud.com/turbodieselrock/tierra-muerta" rel="dct:source">soundcloud.com</a>. <br />Permisos
```

que vayan más allá de lo cubierto por esta licencia pueden encontrarse en

Date: Fri, 2 Mar 2012 20:58:42 -0300

Subject: Re: Fundecráneos - TURBO DIESEL

From: greatconvoy@gmail.com

To: atg966@hotmail.com

Como va compadre, estamos ya apunto de lanzar la página. Te queria preguntar sobre el codigo que me enviaste de Tierra Muerta, no se si lo hiciste de la misma manera que Fermenterium o lo de soundcloud, porque no me sale el icono de Creative Commons, si te fijas esos dos codigos son bien similares, en cambio el otro sólo me da un link. De todas maneras estamos poniendo el link pero me gustaria ver si lo puedes revisar.

Saludos

2012/2/28 Danilo Neira <greatconvoy@gmail.com>

Excelente, todo esta ok. Que buena que licenciaste los temas en Soundcloud porque queremos incluir un reproductor

en el sitio a base de soundcloud con listas y todo.

Pronto vamos a tener la ilustración para que la vean. Pondremos a disposición Fermenterium y Tierra Muerta.

Estamos al habla

2012/2/28 Angel Tolosa <atg966@hotmail.com>

Queremos hacer hincapié en que queremos que aparte del fermenterium se haga difusión a "Tierra Muerta", adelanto del nuevo disco! asi que te adjunto el código de la licencia para el tema que esta en soundcloud!

```
<div xmlns:cc="http://creativecommons.org/ns#" xmlns:dct="http://purl.org/dc/terms/"
about="http://creativecommons.org/choose/results-one?q_1=2&q_1=1&field_commercial=y&field_derivatives=y&field_jurisdiction=&field_format=Sound&field_worktitle=Tierra+Muerta&field_attribute_to_name=Turbo+Diesel&field_tribute_to_url=http%3A%2F%2Fsoundcloud.com%2Fturbodieselrock%2Ftierra-muerta&field_sourceurl=http%3A%2F%2Fsoundcloud.com%2Fturbodieselrock%2Ftierra-muerta&field_morepermissionsurl=http%3A%2F%2Fsound
```

cloud.com%2Fturbodieselrock%2Ftierra-muerta&lang=es\_CL&n\_questions=3"><span property="dct:title">Tierra Muerta</span> (<a rel="cc:attributionURL" property="cc:attributionName" href="http://soundcloud.com/turbodieselrock/tierra-muerta">Turbo Diesel</a> / <a rel="license" href="http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/">CC BY 3.0</a></div>

y te adjunto logos de la banda y +

Tambien nuestra musica en Soundcloud pa q dispongan de ella en la pagina:

<a rel="license" href="http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/"></a><br /><span xmlns:dct="http://purl.org/dc/terms/" href="http://purl.org/dc/dcmitype/Sound" property="dct:title" rel="dct:type">Turbo Diesel Rocanrol Patagonico! </span> por <a xmlns:cc="http://creativecommons.org/ns#" href="http://soundcloud.com/turbodieselrock" property="cc:attributionName" rel="cc:attributionURL">Turbo Diesel </a> se encuentra bajo una Licencia <a rel="license" href="http://

creativecommons.org/licenses/by/3.0/">Creative Commons Atribución 3.0 Unported</a>. <br />Basada en una obra en <a xmlns:dct="http://purl.org/dc/terms/" href="http://soundcloud.com/turbodieselrock" rel="dct:source">soundcloud.com</a>. <br />Permisos que vayan más allá de lo cubierto por esta licencia pueden encontrarse en <a xmlns:cc="http://creativecommons.org/ns#" href="http://soundcloud.com/turbodieselrock" rel="cc:morePermissions">http://soundcloud.com/turbodieselrock</a>.

Abrazo y aguante!

Date: Mon, 27 Feb 2012 17:06:47 -0300

Subject: Re: Fundecráneos - TURBO DIESEL

From: greatconvoy@gmail.com

To: atg966@hotmail.com

Excelente compa, en este momento te mando un documento con partes más específicas del proyecto, y ya que quieren participar lo que tienen que hacer. Esto se lo estamos mandando a todas las bandas, si quieres difundir el archivo bienvenido.

Te cuento que ya tenemos a dos grupos confirmados arriba del proyecto, esta Kayros de Concepción y Santo de Val-



paraíso. Vamos a sacar la pagina el viernes, por lo menos difundiendo la música y en unos días más vamos a tener ya los productos para las bandas.

Algunas aclaraciones, no queremos que dejen de tocar en bares, lo que queremos es generar más espacios para la música, el proyecto pretende ser una ayuda, no queremos imponernos de ninguna forma a las bandas.

Nosotros no trabajamos con la SCD, creo que fue un error de sintaxis pero en el documento queda más claro, por supuesto si ustedes quieren licenciar su música con ellos y que los guíen está súper bien. Nosotros queremos trabajar con las licencias Creative Commons, las cuales son usadas en internet más que nada. Lo que hacen estas licencias es proteger las obras pero también dan espacios para compartirla, bajo las instrucciones que ustedes elijan y que están descritas aquí. En el archivo que te envió tal vez les quede más claro, pero la idea particular de estas licencias es proteger la obra de los artistas dando el espacio para compartir la obra y ser ocupada por terceros para generar más obras, claro con el reconocimiento de los artistas. Por ejemplo alguien descarga su música y la usa para hacer un video y subirlo a YouTube, al estar licenciada la música deben poner de quien es y deben licenciar el video de la

misma forma para que otras personas puedan ocuparlo. Claro también pueden desactivar esta opción, es elección de ustedes. Por supuesto también las licencias pueden prohibir que terceros. Estas licencias no compiten con el copyright, es decir que no tienen que elegir una de las dos, pueden usar las dos.

Licenciar bajo Creative Commons es gratis y bastante sencillo ya que se realiza en la misma página (esquina superior derecha). Realmente el proyecto contempla estas licencias como una mejor vía que el clásico copyright ya que da más opciones para compartir y es la parada en que queremos que funcione esto.

Nos parece genial la iniciativa del video, pero la verdad solo podemos aportar con conocimiento y directrices por que la verdad nuestro proyecto esta recién empezando y estamos muy enfocados. Somos diseñadores gráficos así que no duden en preguntar cualquier cosa al respecto, lo mismo con su sitio web. Por supuesto nosotros les ayudaremos a difundir y promocionar lo que ustedes estimen conveniente.

Yo soy de Rancagua pero estoy todo el tiempo acá en Santiago, este proyecto es mi proyecto para titularme, por lo menos ha empezado así y realmente me ha gustado como

se ha ido dando todo y por supuesto esto continuara ojalá hasta ser algo grande. La otra persona, Román, es de Salamanca, no esta tanto como yo acá pero de todas maneras viaja a Santiago por lo menos una vez al mes. Mi numero es el 84489495 (Danilo Neira).

De todas maneras podríamos partir el mismo viernes al sacar la pagina promocionando el EP Fermenterium, yo ya lo escuche y me parece excelente. Lo único que faltaría es lo de la licencia y antes de ponerlos en la pagina nosotros realizaremos una ilustración para ustedes que se ocupará para elegir a la banda en dentro de la sección bandas. Yo creo que luego les mandaremos unas opciones para que ustedes vean de que se tratan, comenten y elijan la que les parece más apropiada.

Un abrazo y nos vemos pronto

2012/2/27 Angel Tolosa <atg966@hotmail.com>

HERMANO QUERIDO!

La página esta quedando lasorra!

Nosotros estamos en la etapa difusiva de la banda, tenemos nuestro logo definido, pero el concepto grafico de la

banda es algo que nos preocupa todo el tiempo, si ustedes (despues de juntarnos y conversar personalmente) quieren asumir la imagen de la banda, yo no puedo decir que no. Nos encanta la idea de que existan personas comprometidas con esto. Tal vez en este momento la banda no genere muchas lucas, todo lo hacemos nosotros y siempre apoyados por amigos y cercanos. Seria maravilloso poder contar con ustedes y que naturalmente sea reciproco.

Lo que mueve al proyecto es casi lo mismo que nos mueve a nosotros, asi que, cuenta con la banda siempre! Nos encantaria participar en el proceso creativo de las poleras, un eventual arte para nuestro disco. No podemos dejar de tocar en bares, pero estmos abiertos a tocar en cualquier parte. Nos fascina el hecho de tocar en lugares abiertos y centros culturales. Queremos hacer de la banda nuestra vida, somos 3 musicos jovenes, Felipe (bateria) estudia bateria en projazz, Julio (Bajo) es sonidista del Duoc y yo, Angel (guitarra y voz), estudio composición en la escuela moderna de música. Nos dedicamos a esto profesionalmente y como tal, estamos buscando un manager y un sonidista estable. Para tocar en lugares abiertos y centros culturales o que la banda funcione de esa manera, necesitamos asumir la necesidad de contar con un equipo que respalde a la banda tecnicamente. Eso, obviamente lo esta-

mos gestionando nosotros, pero nos encantaria que ustedes tomaran participaciòn de nuestra imagen y difusiòn.

En relaciòn a nuestra mùsica, no la tenemos protegida, tenemos intenciones de una vez lanzado el disco ir a la la scd y que nos ayuden con el tema de Creative Commons. (para que sirva?, proposito?, seguira nuestra musica a disposiciòn libre de la gente?, es gratis?) Si nos explicas a cabalidad el asunto, y lo estimas conveniente, cuenta con eso! Nos interesa el desarrollo de la pagina web, y estamos organizando la grabaciòn de una sesiòn en vivo de la banda a 2 camaras HD + entrevistas + sesiòn de fotos + material exclusivo . Si quieren pueden participar con nosotros en el rodaje y por supuesto en la difusiòn y la creaciòn de la pagina web.

Te dejo todos nuestros links!

MYSFACE DE TURBODIESEL

<http://www.myspace.com/turbodieselband>

PAGINA EN FACEBOOK

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100003258122459>

PAGINA DE FANS EN FACEBOOK

<https://www.facebook.com/pages/Turbo-Diesel/102878316414564>

DESCARGA DE "FERMENTERIUM" EP

<http://portaldisc.com/single.php?id=4692>

NUESTRA MUSICA EN SOUNDCLOUD (DESCARGABLE)

<http://soundcloud.com/turbodieselrock>

BIO DE LA BANDA

<http://6.aysenrock.cl/bandas-invitasdas/turbo-diesel/>

FACEBOOK PERSONAL

<https://www.facebook.com/turbo.diesel.trio>

Finalmente, cuenta con nosotros hermano, y por ultimo... de donde son ustedes?

Seria piola vernos luego! Estoy en Stgo el 3 de marzo! mi telefono es 78751469 (Angel Tolosa)

Un abrazo y espero tu respuesta!

**CD que contiene la versión digital de este informe,  
imagenes y una selección musical de Stoner Rock**