



Universidad Academia Humanismo Cristiano
Escuela de Música

CREACIÓN MUSICAL Y TRANSFORMACIONES TECNOLÓGICAS:

UN APORTE A LA DISCUSIÓN SOBRE LA PRODUCCIÓN MUSICAL EN CHILE HOY

Alumno: Ramiro Duran Bunster
Profesor guía: Oscar Pino

Tesis para optar al grado de Licenciado en Música
Tesis para optar al título de Productor Musical

Enero 2015

ÍNDICE

	Pág.
RESUMEN.....	4- 5
PROBLEMATIZACIÓN.....	6- 11
Creación musical y sus diferentes contextos de desarrollo	
OBJETIVOS.....	12- 13
Preguntas claves.....	13
DESARROLLO	
CAPÍTULO I.....	14-38
A- Reseña histórica sobre los principales aspectos de la relación humana con la música.....	14- 17
B- La escritura de la música y los cruces de la economía.....	18- 21
C- Música y racionalidad moderna.....	22- 25
D- Identidad cultural y sociedad de consumo.....	26- 34
E- Teoría del control cultural.....	35- 38
Enfocado a la producción y difusión de la música popular	
CAPÍTULO II.....	39- 59
Las Transformaciones en la industria de la música	
A- Industria de la música popular (pre era digital).....	40- 44
B- Tecnología de Audio digital (DAT).....	45
C- Mp3, archivos de audio digitales y redes.....	46- 47
D- La Democratización en el acceso a la información y a la difusión de la música.....	47- 49
E- Reinención de la industria en tiempos de transformaciones.....	49- 54
F- La nueva relación de los músicos con los instrumentos, la música y la computación.....	54- 58

CAPÍTULO III	59- 77
A- Escena Nacional.....	59- 67
B- Datos concretos sobre producción, difusión y consumo musical en Chile (2011).....	68-69
C- Estudio sobre la producción discográfica en Chile 2011.....	70
D- Difusión.....	70- 72
E- Aporte público y contexto actual.....	72- 74
F- Fonogramas y distribución de derechos.....	75
CONCLUSIONES	76- 79
BIBLIOGRAFÍA	80- 83

Resumen

La idea de esta tesis consiste en investigar cómo ha evolucionado el ámbito de la creación musical durante estos últimos 15 años, de la mano de las transformaciones tecnológicas recientes y, a partir de esto, tratar de entender cómo este fenómeno afecta actualmente el trabajo creativo de los músicos tanto como de cualquier persona en contacto con la música. En este camino resulta muy interesante averiguar de qué manera influyen algunos factores externos a la música misma, o fenómeno físico involucrado, en el proceso creativo de los artistas, como la idea de retribución monetaria a cambio del trabajo musical o cambios en la forma de percepción en torno a la experiencia musical generados por las tecnologías en la historia.

Para abordar esta problemática desarrollaremos una revisión histórica por los hitos que han marcado el desarrollo de las funciones de la música a través de los tiempos, abordaremos tanto su rol como regulador social, como sus implicaciones en fenómenos cognitivos y su paulatina inmersión en las lógicas de intercambio comercial. Se analizará la figura del compositor y su relación con determinados contextos históricos, cargados de cambios, en términos de evolución tecnológica, y su continuo advenimiento dentro de marcos históricos adversos en términos de libertad creativa.

Es sabido que dentro de los hitos más recientes del mercado musical se encuentra la instauración y expansión global de la gran economía de la música por parte de las compañías multinacionales, a partir de la segunda mitad del siglo XX y su consiguiente debacle a fines de los 90'.

La grabación digital y todo el refinamiento tecnológico alcanzado durante los últimos 15 años se harán accesibles a una mayor cantidad de usuarios, que a su vez aprovecharán este nuevo escenario para cambiar viejos dogmas relativos a la existencia de espacios reservados solo para "músicos" o "artistas", para entender la

música cada vez más como una forma de comunicación vital e inalienable, en términos de transmitir sentido e identidad. Ese, además, será el enfoque que le daremos a esta tesis la cual, a través de entrevistas y de revisión bibliográfica, intentará aportar en el debate de temas tan importantes como la influencia que pueden tener ciertos hechos históricos, en la paulatina transformación de los escenarios de intercambio musical, en tanto mediaciones presentes y pasadas.

PROBLEMATIZACIÓN

Creación musical y sus diferentes contextos de desarrollo.

El mundo de los músicos y productores musicales se ve hoy en día enfrentado a nuevos desafíos en términos de creación y difusión. La entrada de nuevas tecnologías y cómo estas han determinado las reglas, en el campo de la música y su socialización por parte de los creadores, es un terreno aún inexplorado, si se trata de comprender cómo estas nuevas normas influyen en los contenidos generados.

Es importante tener en consideración que el preguntarnos por la influencia que han tenido hoy las nuevas tecnologías en el campo de la creación artística nos obliga a remitirnos a cómo se ha dado desde su origen la relación entre nuevas técnicas y creación, es decir nos somete a hacer, aunque sea una breve revisión por algunos términos filosóficos que nos aportarán a la reflexión.

Las temáticas que abordaremos en el desarrollo de este estudio se encuentran dentro de un espacio que denominaré como instancias de decisión subjetiva en torno a la creación artística, que son llevadas a cabo por sujetos intuitivos y autónomos o no, pero siempre determinados por un contexto.

Este contexto actual señala a los creadores musicales dentro de una serie de sucesos tecnológicos, económicos y políticos que, a lo largo de los últimos 20 años, han transformado las formas de vivir y producir la música en el mundo. Los avances en materia de computación y la consolidación de un sistema económico cada vez más globalizado, influye o determina a las personas y su relación con sus propias subjetividades y es desde ahí donde entenderemos las interrogantes que motivan esta investigación.

“El músico, como la música, es ambiguo. Juega un doble juego. A la vez musicus y cantor, reproductor y profeta. Excluido, tiene una mirada política sobre la sociedad. Integrado es su historiador, el reflejo de sus más profundos valores. Habla sobre y contra ella. Esta dualidad esta presente antes de que el capital venga a imponerle reglas y censura.”¹

Desde tiempos remotos el ser humano a desarrollado formas de expresar inquietudes interiores a través de manifestaciones artísticas, y mediante estos documentos estéticos ha sido posible entender la evolución de la mentalidad humana y la relación entre los diferentes estados de la creación artística, así mismo es posible entender muchos otros ámbitos ya sean vinculados a las relaciones sociales, la historia y/o la vida en general .

El vínculo entre la música y el capital es algo relativamente nuevo, la música siempre ha estado muy ligada tanto a los rituales y ceremonias humanas, como a las prácticas cotidianas, a la fiesta, a la danza. *“Chamán, medico, músico. Es una de las primeras miradas de la sociedad sobre sí misma, uno de los primeros catalizadores de la violencia y de los mitos.”²* Poco a poco los seres humanos hemos ido asignándole significados a los ritmos y tonos, usándolos como mediación de las relaciones sociales y otorgándole estos significados, dentro de situaciones sociales específicas.

“El mensaje musical no tiene sentido si se le atribuye artificialmente una significación, necesariamente rudimentaria, a algunos sonidos, lo que remite casi siempre a los discursos jerárquicos. La música tiene, de hecho, una significación mucho más compleja. Si el sonido vale, como el fonema, por las relaciones que mantiene con otros, es, más allá de eso, relación engastada en una cultura; el ‘sentido’ del mensaje musical se expresa globalmente en su operatividad y no en una significación yuxtapuesta de cada elemento sonoro.”³

Son muchos los cambios que ha sufrido la música por distintas razones, la evolución de la tecnología ha transformado los usos y sentidos de la música, para influir en su función. *“Esta función de la música se disolverá poco a poco a medida que vaya cambiando el lugar de la música, cuando se le escuche en silencio y cuando se le*

¹Attali, Jacques *“Ruidos”* Editorial Siglo XXI, México, 2011. Pág. 24

²Attali, Op.Cit. Pág. 24

³Attali, Op. Cit. Pág.42

cambie por dinero. Se perfila entonces toda una batalla para la compra y la venta de ese poder."⁴ Desde que la música es llevada a los salones de las cortes, pasa a ser interpretada por técnicos especialistas y comienza a crearse y concebirse como símbolo de status y de poder, pasa a entenderse como un poder más dentro de las dinámicas del control social y se aleja de la funcionalidad socializadora simple o espontánea, del acto musical pre-histórico.

La idea de que la música puede convertirse en una herramienta para generar riqueza excedente es un fenómeno que se integra a las dinámicas de interacción musical y comunicación artística, con el establecimiento del "concierto" como eje central de una nueva forma de entender el fenómeno artístico musical, desde la idea de generar esta interacción con accesibilidad delimitada en espacio y mediado por el intercambio comercial. Según Attali, *"fue preciso pues esperar al enclaustramiento bajo techo de la música popular para que naciera un mercado, y para que los autores crearan por fin una institución capaz de representarlos y obtener su remuneración."*⁵

Más adelante, desde el éxito de fenómenos músico-sociales masivos, como los Beatles u otros, se dará el paso mayor a la creación de grandes audiencias y se creará un nuevo segmento en la sociedad como es la juventud, transformación no sólo sociológica sino también fuertemente económica ya que, a raíz de ésta, se formará toda una ciencia específica en torno al consumo juvenil, gestando de esta manera una sociedad de masas, situación que vendría a revolucionar los mercados musicales.

Como relata Hobsbawm: *"Hasta mediados de los veinte, se convirtieron ahora en un grupo social independiente." Los acontecimientos más espectaculares, sobre todo de los años sesenta y setenta, fueron las movilizaciones de los sectores generacionales que, en países menos politizados, enriquecían a la industria discográfica, el 75-80 por 100 de esa*

⁴Attali. Op. Cit. Pág. 43

⁵ Attali. Op Cit. Pág. 117

producción –a saber, música rock— se vendía casi exclusivamente a un público entre catorce y veinticinco años”⁶

Desde una perspectiva general, el desarrollo de las nuevas tecnologías asociadas a la producción musical y su vínculo con las redes globales, llevadas a cabo a través de Internet, incide en la práctica de la creación, en tanto es una reproducción cultural que se identifica dentro de la sociedad a través de significados distintivos de un grupo, al que, a la vez, se pueda acceder por medio de ésta reproducción. Más adelante iremos abordando las diferentes aristas que de aquí se desprenden.

Las grandes compañías discográficas y su proliferación, a mediados del siglo XX, representan la apropiación del capital sobre las esferas culturales de una sociedad, logrando finalmente imponer sus términos y decidir sobre los “productos” culturales de ésta e, inevitablemente, influyendo en la homogenización de las reproducciones culturales y como sugiere Hobsbawm llegando a cambiar el concepto de “arte” que se manejaba hasta ese momento, pues *“la industria discográfica que se enriqueció con la música Rock, ni la creó ni mucho menos la planeó, sino que la recogió de los aficionados que la descubrieron. Sin duda la corrompió al adoptarla. El ‘arte’ (si es que se puede emplear dicho término) se veía surgir del mismo suelo y no de flores excepcionales nacidas en él. Es mas, como sostenía el populismo que compartían el mercado y el radicalismo antielitista, lo importante no era distinguir entre lo bueno y lo malo, lo elaborado y lo sencillo, sino a lo sumo entre lo que atraía a más o menos gente. Esto dejaba poco espacio al viejo concepto del arte.”⁷*

Desde ese punto de vista, de apropiación de las esferas artísticas por parte de las grandes discográficas, es muy interesante el proceso que se vive hoy en día, ya que los espacios digitales y la mayor accesibilidad hacia distintas y mayores audiencias, representan una gran oportunidad para los músicos y por ende para el desarrollo de una mayor diversidad de los discursos artísticos y nuevas ideas respecto al

⁶Hobsbawm, Eric *“La Historia del Siglo XX”* 10ª edición, Editorial Planeta, Buenos Aires, 2008. Pág. 508

⁷Hobsbawm, Op. Cit. Pág. 508

planteamiento tanto del material musical, como de los eventos de este tipo. Pero esta situación puede ser analizada también desde el punto de vista de la sociedad, enfrentada a nuevas formas que el poder económico puede tomar para ejercer el control sobre los discursos que puedan generarse en este escenario de transformaciones, pues *“el poder, para ser viable, debe ser visible, debe expresarse en un espacio de representaciones, debe formar a su alrededor un universo simbólico que lo vehiculice. En este sentido el arte ha sido siempre “usado” por la política, por el poder.”*⁸

A pesar de este escenario globalizado de libre acceso a los contenidos y, por ende, de una ciber-transculturación de los lenguajes, la música nunca ha perdido su carácter de portador de una identidad social ni tampoco ha dejado de ser reinterpretada por esta identidad particular, pero sí se ha complejizado en el panorama que dice relación con los significados propios y ajenos presentes en la música, generando en muchos casos identidades móviles, en continuo movimiento, muchas veces menos determinada por el origen y más propensa a transculturaciones. Según Woodside, *“es así que al conformar nuestro gusto delimitamos una otredad, y los individuos que conforman esa otredad a su vez tienen otredades, por lo que las identidades no son estáticas o únicas, se delimitan mediante colectividades.”*⁹

A partir de la creación del archivo de audio digital y posteriormente del vertiginoso desarrollo del Internet a nivel global, se dio comienzo a una nueva era en el “negocio” de la música y por ende, en la música. Los cambios en las plataformas de difusión y el acceso gratuito a estos contenidos musicales compartidos globalmente y constantemente re significados a través del libre intercambio, además de las facilidades que existen hoy en día, en términos de adelantos en tecnología de la producción musical y su accesibilidad, han ido repercutiendo también en el quehacer

⁸Pérez Soto, Carlos *“Arte político y política del arte”* Pág. 4 en <http://carlosperez.cc/arte-politico-y-politica-del-arte/> (consultado en julio 2013).

⁹Woodside, Julián *“El gusto en México”* Pág. 52, http://www.academia.edu/3635986/Woodside_J._2013_.El_gusto_en_Mexico._Sobre_la_distincion_y_la_identidad_nacional_a_partir_del_plano_de_lo_musical(consultado en junio 2013)

musical y en particular de los músicos y productores musicales, así *“el ordenador se ha convertido en un instrumento más tal y cómo antes sucedió con el sofisticado estudio de grabación, ahora al alcance de las masas. La capacidad de creación que se otorga ahora a los aficionados tiene, no obstante, un lado problemático: la estandarización de los sonidos, la desaparición del valor del gesto, del grano de la voz, de la marca corporal.”*¹⁰

Desde hace por lo menos 20 años, el sistema completo de industria musical como lo conocíamos, ha sufrido cambios estructurales rápidos e intensos, y es en este momento de transformaciones profundas e inciertas, de la historia, cuando se hace pertinente preguntarse por cómo estos cambios históricamente han afectado los procesos creativos, la funcionalidad de la música en la sociedad y finalmente si es que existe la posibilidad de encausar de alguna manera estas formas de aproximación a la música, a la creación y la producción musical, de aquí en adelante, analizando los tipos de relaciones que se pueden establecer, tomando en cuenta el contexto histórico y analizando periodos pasados.

¹⁰ Lasén, Amparo; Fouce, Héctor “Música, Tecnología y creatividad-presentación del dossier” Pág. 4, Revista Trans. <http://estudiosterritoriales.org/articulo.oa?id=82220947001> (consultado en noviembre 2012)

OBJETIVOS

Objetivo general:

El objetivo de esta investigación es analizar cómo ha evolucionado el campo de la producción musical en Chile, particularmente en lo referido a los procesos de creación musical y cómo se han visto afectados estos procesos creativos a partir del nuevo marco histórico reinventado por las tecnologías.

Objetivos específicos:

El primer objetivo de esta tesis es recopilar material bibliográfico que permita construir un relato sobre los hitos en la historia de la tecnología de la música, en relación también con su inmersión en los sistemas económicos y sobre las relaciones de dominación que se crean a partir de ésta.

El segundo objetivo es buscar información sobre los cambios sufridos por la industria musical en estos últimos 15 años, la digitalización de la producción y difusión a través de las carreteras informáticas.

Un tercer objetivo de esta investigación es recopilar testimonios de diferentes actores sobre cómo ha afectado al contenido o resultado de una obra artística el ser mediado por la Industria y cómo ha influido en un resultado artístico el hecho de entender la música con expectativas en torno a una remuneración sobre el producto musical.

En un último objetivo se busca, mediante la comparación de la información y los datos recopilados en la investigación teórica y las entrevistas, entablar lugares comunes que nos ayuden a entender el proceso de transformación de la música en el presente, y a partir de la masificación de las nuevas tecnologías, lograr concluir

interpretativamente sobre los cambios encontrados en los procesos de creación y producción musical en la actualidad.

Preguntas claves:

Pensando que los usos y significados musicales no siempre han estado presentes en nuestras relaciones en forma de mercancía o como vehículo hacia la ganancia, sino mas bien, en forma de regulador social, en las continuas transformaciones tecnológicas en el campo de los instrumentos para crear, transformando las figuras de compositor, interprete y cantautor, y en general tomando en cuenta el rumbo adoptado entre las sociedades globalizadas y el capital para hacer lucrativa la actividad artística en el siglo XX, nos preguntamos:

¿De qué forma y en qué momento del proceso de la creación musical, bajo esta nueva concepción del arte como un bien personal transable y productor de valor, se ve afectado o mediado el resultado artístico por esta mentalidad moderna, y en que se traduce?

¿Cómo influyen las nuevas formas de producción, difusión y recepción musical en el proceso creativo de los músicos actuales, a partir de las transformaciones sufridas por la industria musical hacia lo digital?

¿Existe un cambio en la forma en que se concibe, y a su vez como se crea la música, a partir de la digitalización de las plataformas de difusión musical?

CAPÍTULO I

A-Reseña histórica sobre los principales aspectos de la relación humana con la música.

Históricamente, la relación de los seres humanos con la música ha estado ligada a los ritos y costumbres de una comunidad determinada, uniendo profundamente los tonos y sonidos con experiencias corpóreas religiosas, de caza, tanto de organización como de control social y como forma de sintonizar con la naturaleza.

“Originariamente, la producción de la música tiene por función la de crear, legitimar y mantener el orden. Su función primera no debe ser buscada en la estética, invención moderna, sino en la eficacia de su participación en una regulación social.”¹¹

Es sabido que el desarrollo musical dentro de las organizaciones sociales tiene una categoría similar al desarrollo del lenguaje, los modos de producción, la espiritualidad, entre otros, que se entienden como factores determinantes del grado de “evolución cultural” ya sea de tribus, comunidades y sociedades. Ya sea por su complejidad o por sus usos, la música ha sido una forma de dar a entender las diferentes formas de vida que se han dado desde el inicio de los tiempos.

Si nos enfocamos en lo técnico y teórico los contenidos musicales han sufrido un desarrollo hacia la complejidad y la intelectualización de la experiencia musical, pero no debemos olvidar que la primera etapa de ésta, es el cuerpo, y los canales de recepción corporal son los que generarán el proceso de comprensión del material sonoro.

“Las significaciones musicales no se asignan racionalmente desde el exterior de la experiencia musical: son siempre ya las experiencias vividas en la plenitud de nuestra interacción perceptiva con la música. Estas significaciones son primeras y gozan de

¹¹Attali, Jacques *“Ruidos”* Editorial Siglo XXI, México, 2011. Pág. 49

prioridad frente a las significaciones musicales segundas producidas por inferencias de la racionalidad abstracta que caracteriza buena parte de los discursos musicológicos.”¹²

Antiguamente, el músico tocará en las fiestas religiosas, misas, actos de connotación social en general, *“en este mundo pre capitalista, en donde la música es una forma esencial de la circulación de las informaciones, los juglares pueden igualmente ser utilizados como propagandistas políticos.”¹³* Es por eso que los centros de poder la utilizarán para lograr, a través de ésta, canalizar las subjetividades individuales en una idea de sociedad o modelo de orden en particular.

Si bien en un inicio podemos ver la utilización de la música como una herramienta de caza o sobrevivencia, más adelante en la historia podemos constatar su continuo desarrollo y accesibilidad, especialmente para quienes poseían el poder económico y político, ya sea en tribus, grandes grupos sociales o en las cortes, y desde siempre una cercanía entre las artes de la representación y el poder, tal cómo señala Attali al plantear que *“desde su origen, la música es el simulacro de la monopolización del poder de matar, el simulacro del homicidio ritual. Atributo necesario del poder, posee además su forma: emisión por un centro único de un discurso impuesto, casi puramente sintáctico, capaz de crear en los oyentes una conciencia de comunidad, pero también de volverlos contra él.”¹⁴*

La práctica de la música es, desde siempre, presencial, y estrictamente en lo físico no trasciende mas allá de su existencia limitada en el tiempo, además, dado el contexto y sus consiguientes repertorios de “formulas” musicales, la improvisación se ve limitada en cierta forma, pero no por eso pierde su carácter creador, quedando así la posibilidad abierta a generar nuevas estructuras sobre las cuales continuar improvisando y a su vez creando.

¹²Pelinski, Ramón. “Corporeidad y experiencia musical” S/Nº Revista Trans <http://www.sibetrans.com/trans/articulo/177/corporeidad-y-experiencia-musical> (consultado en octubre 2012)

¹³Attali, Jacques *“Ruidos”* Editorial Siglo XXI, México, 2011, Pág. 27

¹⁴Attali, Op. Cit., Pág. 26- 27

La música tradicional está ligada a un contexto específico y a una función social que define y constituye su identidad, ésta tiene un valor de uso colectivo y se trata de un grupo determinado, así que sus repertorios culturales son similares. Se improvisa constantemente sobre un lenguaje común heredado y esa identidad se prolonga sucesivamente en las generaciones, pero claramente estos patrones pueden modificarse e ir adaptándose en la medida en que este grupo social entra en contacto con otras realidades y nutre, de esta manera, su imaginario cultural.

*“En eso consistía el arte, ese era todo el asunto. Es sólo bajo el **imperativo moderno de autonomía personal**, de autonomía de la consciencia privada, de derechos políticos de los ciudadanos individuales, que tiene sentido preguntarse si un artista está ejerciendo en sus obras su voluntad, propia y soberana, o está al servicio, más allá de su voluntad, de algún poder que determina las formas o los contenidos que produce.”¹⁵*

Hemos comenzado a reflexionar sobre el quehacer musical, para intentar comprender más sobre la práctica de la música en un mundo pre moderno. Aquí *“la música es el lugar de la subversión, trascendencia del cuerpo. En ruptura con la religiones y los poderes oficiales, esos ritos reagrupan, en los calveros o en las grutas a los marginados: mujeres, esclavos, emigrados.”¹⁶* La circulación de la música es fluida entre los centros de poder y los grupos subalternos de la sociedad , a través de la fiesta, *“los aires populares son tocados en los salones, las melodías compuestas en los palacios llegan a las aldeas y, más o menos modificadas, se convierten en canciones campesinas.”¹⁷*

Ese espacio de participación que ocuparan los cantores populares en las esferas altas de la sociedad se ira especializando y perfeccionando, mejorando la técnica de manera sostenida, hasta generar músicos asalariados que trabajan para un amo único. Entonces, *“en tres siglos, desde el XIV al XVI, las cortes excluirán a los juglares, voz del pueblo, y sólo se escuchará música escrita sobre partitura, ejecutada*

¹⁵Pérez Soto, Carlos *“Arte político y política del arte”* Pág 3 y 4. (Consultado en julio 2013).

<http://carlosperez.cc/arte-politico-y-politica-del-arte/>

¹⁶Attali, Jacques *“Ruidos”* Editorial Siglo XXI, México, 2011 Pág. 26

¹⁷Attali. Op. Cit. Pág. 27

por músicos asalariados. El poder se instala, se jerarquiza y se distancia; un cambio en el vocabulario viene a ratificar esa mutación: Para designar a un músico, ya no se dirá juglar, sino menestral o menestrier, de ministerialis, funcionario.”¹⁸

En esta parte inicial hacemos una primera revisión general sobre nociones básicas de la relación temprana de los seres humanos con la música y del potencial de ésta como regulador social, para entender posteriormente hacia donde se han direccionado las mutaciones generadas por la entrada de la música en las esferas económicas, además hemos podido entender la música como parte de un sentido mayor, un engranaje que puede tener fines múltiples y en donde la música sólo es un eslabón natural en los procesos de crecimiento espiritual y de conexión con antepasados, dioses, como también con los otros miembros de la comunidad. *“Es sabido, por ejemplo, que los diferentes sentidos tienen diferente sentido para gente de diferentes culturas, y que la corporeidad perceptiva implicada en las prácticas y los discursos musicales pueden ser función del contexto cultural en el que se producen.”¹⁹*

¹⁸Attali, Op. Cit. Pág. 28

¹⁹Pelinski, Ramón. “Corporeidad y experiencia musical” S/Nº (consultado en octubre 2012) revista Trans <http://www.sibetrans.com/trans/articulo/177/corporeidad-y-experiencia-musical>

B-La escritura de la música y los cruces con la economía

La escritura de la música es el comienzo del desarrollo técnico de los parámetros, las alturas, las duraciones, las dinámicas, los acentos, los tempos, los ataques y las articulaciones, se depuran como técnica y así la creación musical amparada en la oralidad y estrictamente presencial, improvisada dentro de la repetición de fórmulas tradicionales; sufre un cambio para empezar a concebirse antes de ser tocada, para pasar a ser creada antes que escuchada, y luego circular eternamente. Así, *“la música es extraída de la interioridad de la memoria, para ser recogida en unos soportes exteriores que viajan. De esta manera, se le arranca del contexto de producción en el que se inscribía y que le proporcionaba su función y significado, para circular por nuevos contextos, alienando gradualmente su sentido de identidad originario.”*²⁰

Uno de los primeros acontecimientos relevantes en el paulatino ingreso de la música al sistema de intercambio comercial, se producirá cuando se instaure la idea de un concierto privado y pagado. El músico, *“hasta entonces era un artesano libre, confundido con el pueblo y que trabajaba indiferentemente para las fiestas populares o para la corte del señor. Desde ahora tendrá que venderse por completo y sin exclusiva a una clase social única.”*²¹ La noción de concierto privado y pagado va de la mano con el hecho de que el músico se hace dueño de su obra y como tal tiene la capacidad de reproducirla dónde desee y darle un valor asociado. El surgimiento de los conciertos privados está sostenido en la capacidad tanto de ofrecer, como de demandar ciertas obras para ciertos momentos y como esta misma noción lo indica, oferta y demanda devienen en relación comercial.

²⁰Kaiero Claver, Ainhoa. *“Creación musical e ideologías: La estética de la postmodernidad frente a la estética moderna”* Pág. 26 (consultado en abril 2013)
<http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/5197/akc1de1.pdf?sequence=1>

²¹Attali, Jacques *“Ruidos”* Editorial Siglo XXI, México, 2011, Pág. 29

Entonces, cuando la obra se comienza a entender como propia y el compositor vuelve sus esfuerzos a sobrevivir dentro de este nuevo orden, es que la música se convierte en mercancía. Esta pasará por diversos intermediarios en donde su valor de cambio será generado.

“En el siglo XVI las colecciones de partituras impresas y editadas, para la clientela de las cortes y de las mansiones burguesas, son la primera entrada de la música en el campo del comercio, proponen orquestaciones de danzas y cantos populares: ‘recopilaciones de canciones tanto rústicas como musicales’”²²

En el siglo XVI se comenzará a generar la industria de la edición de partituras, *el estudio de la música del pasado contribuirá al rescate de obras de otras épocas, engruesando las lista del repertorio concertístico.* La entrada del material musical en el mercado y sus cualidades para producir acumulación de capital sentará las bases de una legislación para proteger los derechos de propiedad de los creadores, pero sobre todo del editor.

“Los editores constituidos en corporaciones eran los únicos que podían vender y distribuir las partituras, y oponerse, si así lo deseaban, a las copias, a las imitaciones, a los plagios y a las representaciones no autorizadas. Escritores y compositores dependían pues totalmente de los editores. El creador, trabajador asalariado o libre, menestral o juglar, quedaba así sin poder ante el aparato de transformación de su trabajo en mercancía y en dinero.”²³

En el siglo XVIII, en Francia, se enfatizará una diferencia entre la propiedad de la obra y de la impresión de ésta, se romperá el monopolio ejercido por los editores a partir de una disputa entre editores parisinos y de la periferia, abriendo espacio para que los creadores entren a generar recursos por sus obras. De esta manera, *“los autores y compositores consiguen quitar a los editores una parte de las ganancias obtenidas por la venta de las ediciones y de las representaciones en la burguesía”²⁴*

²²Attali, Op. Cit., Pág. 31.

²³Attali Op. Cit., Pág. 81.

²⁴Attali , Op. Cit., Pág. 82.

Así, los derechos resguardan el control sobre el consumo ajeno de las obras, económicamente y también de malos usos y asignaciones de significados erróneos por parte de otros, o sea, funciona como un derecho de resguardo de la identidad de la obra. El músico entrega su música al intercambio comercial, a riesgo de que sus obras se vean afectadas en sus sentidos originales y fundamentos. Según Attali, *“la pérdida de sentido se abre entonces a la ausencia de sentido impuesto, es decir, al sentido reencontrado en el acto mismo, a la composición. En donde ya no hay más uso, más relación con los otros que en la producción colectiva y en el intercambio de superación”*.

La conversión de la representación artística en un bien capaz de producir beneficios económicos, llevará a los editores a una búsqueda hacia el pasado para encontrar y acumular repertorio. Se buscarán piezas de distintas épocas y culturas, formando un imaginario musical que pasa a ser valorado únicamente por su despliegue estético dejando de lado la función y los significados de origen, o bien podríamos decir, la identidad.

“A partir del siglo XVII, en efecto, los mecanismos económicos dejan de ser casi silenciosos e impiden hablar a los hombres. La producción se vuelve ruidosa, el mundo del intercambio monopoliza el ruido y el músico se inscribe en el mundo del dinero”²⁵

Esta posibilidad de acceso a este saber musical acumulado, generará insospechados cambios en la manera de crear de los compositores del siglo XX, ya que a finales del siglo XVIII todo este repertorio antiguo estaba ya a disposición y continuará creciendo, hasta superar a fines del XIX la producción total de material original. Antes de estas transformaciones, los materiales o fórmulas musicales son de libre circulación y acceso, la noción de plagio aún no era concebida como tal.

Es a partir de estos cambios, que la creación musical se complejiza en el sentido de que, a causa de la incansable repetición de repertorios y su consiguiente implantación en el imaginario colectivo como cánones estéticamente aceptables, genera una noción de lo bello, de lo agradable, de lo deseable y es en su asociación con

²⁵Attali, Op. Cit., Pág. 38

la circulación del capital donde establecerá vínculos que hasta el día de hoy están presentes en nuestras subjetividades. Se podría decir que en este escenario aumenta el potencial que tiene la música para influir en ordenes sociales, especialmente cuando es manejada por quien ostenta el poder monetario.

Si nos guiamos por las señales que nos entrega el desarrollo de la historia, en relación a las funciones de la música con respecto a las dinámicas de las comunidades humanas, las razones para interactuar artísticamente son diferentes a las razones que impulsan al mercado y por más que la vida se rija por las leyes y motivaciones inherentes a las lógicas del producto o mercancía y consumidor, en muchos casos las interacciones continuarán generándose con otros propósitos, y son esos propósitos los que interesan para el desarrollo de este trabajo.

C- Música y racionalidad moderna

Ya revisadas las primeras nociones de la mercantilización de la música, pasamos entonces desde un imaginario creador en donde el compositor, que se maneja dentro de ciertas lógicas establecidas, comienza a desarrollar sin ataduras su estética musical personal, dejando de lado la idea de ordenar los sonidos siguiendo patrones rígidos. De esta manera la tecnología a través de la escritura alienará el contexto en que es creada, cambiando su función y sus significados, hasta el momento entregados a la función social de esta. Según Kaiero, *“es además en este momento cuando observamos que la composición se concibe cada vez menos en función de un ensamblaje de figuras musicales concretas (etimológicamente la palabra componer señala la acción de poner diferentes entidades juntas y armonizarlas), y pasa progresivamente a basarse en un sistema más abstracto (como el artificio tonal), desde el que el compositor demuestra su inventiva.”*²⁶

En la modernidad, el ser humano comienza a ser propietario de sí mismo, principalmente por la noción de racionalidad que capacita a los individuos para definir sus actos por sí mismos, además de conocer sus derechos y obligaciones, que ya no son determinados por un contexto colectivo. El concepto privado y exclusivo del valor de uso es convertido en valor de cambio, giro que faculta la utilización ajena de los bienes de otro. Así, *“el nuevo régimen burgués (...) defiende la autonomía de un sujeto propietario de sí mismo y de sus bienes, de los cuales dispone en exclusivo y libremente sin tener ningún tipo de atadura.”*²⁷ La música va rápidamente encaminándose hacia el mundo de la propiedad privada, de la mano de la burguesía éste concepto será defendido y llevado a cabo en cada ámbito del quehacer humano. La mentalidad burguesa no comprende ninguna obligación moral o tradicional hacia

²⁶Kaiero, Ainhoa. *“Creación musical e ideologías: la estética de la postmodernidad frente a la estética moderna”* (consultado en abril 2013) Pág.25

<http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/5197/akc1de1.pdf?sequence=1>

²⁷Attali, Jacques *“Ruidos”* Editorial Siglo XXI, México, 2011. Pág....

sus posesiones, estas pueden ser enteramente transadas y/o cambiadas por otras. El proceso de secularización esta en marcha.

El músico entra en esta nueva dinámica de interacción artística, más fría, mediada desde otro ámbito de relaciones. Es así como, *“una nueva red de la música emerge con la representación. Es un espectáculo al que se asiste en lugares específicos: salas de concierto, campos cerrados del simulacro de ritual, enclaustramiento necesario para la operación de derechos de entrada. El valor de la música es ahí valor de uso como espectáculo.”*²⁸ La posibilidad de recrear la música, por un lado separa el vínculo del creador con su obra, pero por otro lado permite que ésta sea más conocida, llegando a más personas. Teniendo en cuenta que estas personas son las que tienen la capacidad exclusiva de pagar por vivir la experiencia de arte, la representación artística vista desde esta nueva lógica mercantil, es excluyente.

En éste escenario, la figura del compositor emancipará en su autonomía creativa a partir del orden generado por el incipiente control que ejercerá la burguesía por sobre la producción de la música. Se pasará de la funcionalidad ritual y religiosa a un concepto de música autónoma, cada vez menos normada por fórmulas ni reglas, reforzando esta nueva idea del valor de la estética musical como eje central del desarrollo creativo posterior.

Desligado de las instituciones del antiguo régimen, el músico que oferta ahora libremente sus servicios en el mercado buscará su lugar en la sociedad e intentará también acomodar su oficio a la nueva lógica de intercambio. Luego, la afirmación de los derechos de propiedad sobre una obra decreta que ésta pase a concebirse como mercancía y los músicos juzgados dentro de categorías económicas, *“así un músico, asalariado por alguien, que lo emplea para su placer personal, no es un trabajador productivo. Su trabajo es cambiado por un salario o por bienes en especie: es un simple cambio de dos valores de uso. Por el contrario, si ese músico toca en un concierto como*

²⁸Attali, Op. Cit., Pág. 51.

asalariado de un empresario de espectáculos, produce capital y es productor de riqueza.”²⁹

La acumulación de un repertorio de obras escritas que se comercializan y que pasan de esta forma a ser infinitamente repetidas, son fenómenos que contribuirán a generar una transformación del material musical, como ya vimos, primero con la posibilidad de escribir la música y más adelante con el apoyo de las tecnologías que permiten grabar y reproducirla en diferentes formatos. En este contexto de intercambios, lo que comienza a suceder cuando el objeto musical se desprende de su contexto original de producción, y es intercambiado en este régimen de equivalencias, en donde se compara sólo desde un ángulo cuantitativo, el objeto se comienza a abstraer de toda identidad, ya que ésta, entendida como lo “propio” de una persona individual o de un grupo, puede perfectamente pertenecer a otro individuo mediante la lógica del valor de cambio.

Todo objeto particular se acotará dentro del marco de un sistema de equivalencias, que convierte cada atributo físico en capital, aumentando su valor en cada intercambio haciendo imposible llegar al valor de uso original del bien. Así, de la lógica del valor de uso pasaremos a un orden socio-económico donde el mercado es el mediador entre producción y consumo, pero *“el uso de la música es evidentemente mucho más hermético que el de la silla, aunque queden todavía demasiados seudoespecialistas que definen su uso por el placer que obtenemos al escucharla. De hecho, no tiene ningún uso en sí misma, sino una significación social, expresada en un código, que remite a la materia sonora a la que da forma y a los sistemas de poderes a los que sirve.”³⁰*

La música entra en la era moderna por la senda de los avances tecnológicos y, a través de éstos, se inscribe en la producción y distribución del mercado. Desde el siglo XVI se realizaron las primeras impresiones en papel y el primer fonograma en 1877,

²⁹Attali, Op. Cit., Pág. 29

³⁰Attali, Op. Cit., Pág. 40

creando todo un nuevo mundo de posibilidades, a fines del siglo XIX entra en juego la repetición sonora, llegando a mediados del siglo XX a digitalizar las ondas sonoras. En este nuevo escenario, *“las tecnologías eléctricas y electrónicas suponen una profunda modificación de ambos aspectos: lo sonoro y lo corporal. La llegada de la electricidad implica una triple dislocación: respecto a la transmisión de lo sonoro, a su posibilidad de reproducción y a la escucha.”*³¹

³¹Lasén, Amparo; Fouce, Héctor. *“Música, tecnología y creatividad - Presentación del dossier, Amparo Lasén- Héctor fouce,”* Pág. 3, (consultado en noviembre 2012) Revista trans. <http://estudiosterritoriales.org/articulo.oa?id=82220947001>

D-Identidad cultural y sociedad de consumo

Largas filas de generaciones han acumulado una inmensa cantidad de experiencias e ideas. Han construido lentamente a lo largo del espacio y del tiempo una estructura, particular en cada espacio social, una red de saberes o certezas sobre la propia identidad de cada sociedad. A esta acumulación, que se relaciona directamente con la identidad, se les conoce como representaciones colectivas. Según Durkheim, éstas *“son el producto de una inmensa cooperación que se extiende no sólo en el espacio sino en el tiempo; para producirlas, una multitud de espíritus diversos asociaron, mezclaron, combinaron sus ideas y sentimientos, largas filas de generaciones acumularon aquí su experiencia y su saber.”*³² Estas representaciones son inconscientes ya que superan nuestro ser social y no podemos acceder a ellas, ni asimilarlas del todo, sino sólo a una parte del panorama asociado a nuestra realidad particular, pero que igualmente forma parte de nuestro quehacer, ya que se enmarcan en un sentido colectivo del que somos parte.

El valor simbólico de los productos musicales (artísticos), es muy importante de tener en cuenta, ya que es éste, creado por los mismos oyentes y potenciales comunicadores de sentido, es el que permite la comunicación entre las personas y, en última instancia, el traspaso de contenidos para ser apropiados, usados, re significados y compartidos nuevamente. De esta forma, *“la música puede representar, simbolizar y ofrecer la experiencia inmediata de la identidad colectiva. Otras formas culturales -pintura, literatura, diseño- pueden articular y exhibir algún tipo de valor y orgullo compartidos, pero sólo la música puede hacer que los sientas.”*³³ En ese sentido la industria musical tiene mucha influencia y cumple un papel de responsabilidad mayor si se trata de instalar tipos de discursos o contenidos, ya sean provenientes de altas esferas, como desde la sociedad misma.

³²Chávez, Jorge. *“Antología de antropología social”* Pág. 313. cita de Emile Durkheim, 1986, pp. 22-23 (consultado en noviembre 2013)

<http://es.scribd.com/doc/25317915/antologia-antropologia-social>

³³Frith, Simon. *“Hacia una estética de la música popular”*, pág. 6. (consultado en octubre 2013)

<http://sociologiacultura.pbworks.com/f/Frith.pdf>

“Las ‘comunidades musicalmente imaginadas’ surgen a partir de ciertas prácticas musicales, pero se enriquece mediante todo un imaginario simbólico que incorpora valores, creencias, formas de vestir, códigos y elementos simbólicos de capital cultural”

- *Un territorio sonoro imaginado o físico. Es el campo simbólico de juego en el que mediante la intersubjetividad y la noción de comunidad imaginada se llevan a cabo una serie de prácticas sonoras y musicales. Se pueden delimitar a partir de un estilo musical (Hardcore, Free Jazz, Clásica, Rock, Jazz, etc.), o como una serie de elementos musicales y rasgos estilísticos que se pueden escuchar en un territorio físico. (música regional, música nacional, etc)*

- *Semiósfera. Dicho territorio imaginado implica un universo simbólico que trasciende la musicalidad y que contempla elementos como selección de instrumentos, contenidos de letras, formas de vestir, estilos de baile, y todo el imaginario simbólico alrededor.*

- *Recuerdos y mitos colectivos. Para que haya una identidad sonora es necesario que existan una serie de “lugares de memoria” y elementos a los que se les pueda rendir tributo, como pueden ser hechos memorables, artistas consagrados o composiciones canónicas que cada generación retoma para legitimar su posición identitaria.*

- *Medios y estrategias de comunicación. Asimismo, para que se perpetúe la memoria colectiva es necesario que haya sociotransmisores (Candau 2005), los cuales mantienen vigentes los valores de “lo auténtico” que conforma los límites de la identidad. Es decir, instituciones y dinámicas que permiten la coerción simbólica entre los miembros de la comunidad, como lo pueden ser los críticos, textos publicados y demás registros mediáticos alrededor de la práctica musical.³⁴*

El “consumo cultural” es entendido como un conjunto de procesos socioculturales en donde se produce la apropiación de los individuos sobre los

³⁴Woodside, Julián. “El gusto en México, Sobre la distinción y la identidad nacional a partir del plano de lo musical” pág. 53, (consultado en junio 2013)
http://www.academia.edu/3635986/Woodside_J._2013_.El_gusto_en_Mexico._Sobre_la_distincion_y_la_identidad_nacional_a_partir_del_plano_de_lo_musical

productos culturales y la asignación de sentido que se les otorgan mediante su uso. *“La interpretación de la carga simbólica de la música se transmite culturalmente y perpetúa prejuicios y concepciones asociadas a los segmentos de la sociedad donde se generan las diversas prácticas musicales.”*³⁵ Es por eso que estos canales de comunicación existentes en el mercado de la música son muchas veces usados como vehículo, para instalar temáticas o llegar con un discurso a un cierto grupo de la sociedad. Es así como a través de la música, y tomando en cuenta esta cualidad comunicativa, es que resulta común el evadir temas fundamentales en la construcción de identidad por la necesidad de llegar a un universo mayor de receptores, derivando en temáticas mas generales y menos arriesgadas como el sexo, el futbol o el mas común de todos; el amor, aportando de esa manera a la homogenización de los contenidos.

Esta dinámica de uso, apropiación y codificación cultural que se gesta en la interacción del producir y escuchar música se convierten en un valioso ritual para promover, expresar y transmitir temas colectivos e individuales que de alguna u otra manera generan incidencia en el devenir cultural de los individuos que participan. A través de la música no sólo expresan un punto de vista sobre asuntos sociales, económicos y políticos, sino también producen una vía para la exposición pública de sus identidades culturales. *“La música es un medio de comunicación fundamental para las sociedades contemporáneas. Prácticamente no hay cultura en el mundo que no tenga una expresión musical como parte de su construcción de identidad y de vinculación social.”*³⁶

Se asume que la creación artística es una reproducción de los consumos culturales de una sociedad, y por lo tanto fluctúa en tanto cambian los niveles de apropiación de los

³⁵Woodside, Julián *“El gusto en Mexico”* Pág. 51, (consultado en junio 2013)
http://www.academia.edu/3635986/Woodside_J._2013._El_gusto_en_Mexico._Sobre_la_distincion_y_la_identidad_nacional_a_partir_del_plano_de_lo_musical

³⁶Woodside. Op. Cit. Pág. 49.

individuos sobre estos consumos. Entonces, *“todo esto da cuenta de que grandes interpretaciones musicales han tenido un antecesor que influye en la creación musical de estos artistas y el cual se desarrolla gracias a esos productos ofrecidos por los consumos culturales; dichos consumos traen consigo los modos de apropiación, construcción de sentido (el valor simbólico: la importancia que le da cada individuo a eso que se apropia y luego comparte con la sociedad) y el uso dependiendo la época de la producción cultural.”*³⁷

En la era del Internet la posibilidad de acceder a diferentes expresiones culturales distintivas se multiplicó y ha ido en crecimiento, al punto de hoy en día, que cualquier músico de cualquier país del mundo podría, eventualmente, llegar a ser número uno en las listas de cualquier radio *on-line* del planeta, o escuchar música de cualquier lugar lejano.

Lo interesante de esto no sólo radica en las nuevas posibilidades a las que los músicos acceden, sino también importa el hecho de que exista tanta fluidez y masividad en el intercambio de identidades culturales a través de las redes, y a mi juicio, lo que se produce es el expandir los horizontes estéticos de las culturas conectadas, en tanto se genera una relación directa de traspaso de códigos musicales de expresión.

El hecho de la creación artística supone un soporte o entramado cultural, en donde se desenvuelve el ser humano, poniendo en juego elementos de su cultura y donde éste desarrolla su lenguaje propio.

Es importante tener en cuenta que, a través de las relaciones de consumo cultural, se puede hacer una lectura de la sociedad de forma estratificada y se pueden entender conductas de diferentes actores sociales y sus aspiraciones, gracias al valor simbólico al que han accedido los bienes en la sociedad actual. García Canclini señala

³⁷Mosquera, Luz *“Consumo cultural y creación musical juvenil: el caso del grupo musical Alto Volumen”* Pág. 2, (consultado en diciembre 2012)
<http://proyectos.javerianacali.edu.co/proyectocomuna15/ponencia1.pdf>

que, *“para Bourdieu las relaciones económicas entre las clases son fundamentales, pero siempre en relación con las otras formas de poder (Simbólico) que contribuyen a la reproducción y la diferenciación social. La clase dominante puede imponerse en el plano económico, y reproducir esa dominación, si al mismo tiempo logra hegemonizar el campo cultural.”*³⁸

Hay varios autores que han reflexionado acerca de el Capital Cultural, por ejemplo en palabras de García Canclini, *“los estudios sobre la escuela y los museos demuestran que este entrenamiento aumenta a medida que crece el capital económico, el capital escolar y, especialmente en la apropiación del arte, la antigüedad en la familiarización del capital artístico.”*³⁹ Este concepto tiene que ver fundamentalmente con los procesos de apropiación de saberes dentro de una cultura popular. El capital cultural se hereda del entorno más cercano, el que puede ser la familia, para luego avanzar al terreno de lo público, a través de la escuela y otros mecanismos normalizadores, y emula una idea de sociedad determinada y sus valores principales.

La adquisición de dicho capital se da por el miedo que produce la desaprobación familiar en consonancia con los procesos normalizadores de la escuela en su tarea correctora y moldeadora de la subjetividad, además de ser el resultado de una aspiración de ascendencia social, según Bourdieu, *la diferenciación social responde a que “la burguesía desplaza a un sistema conceptual de diferenciación y clasificación del origen de la distancia entre las clases. Coloca el resorte social fuera de lo cotidiano, en lo simbólico y no en lo económico, en el consumo y no en la producción.”*⁴⁰

Tal como otros elementos de nuestra cotidianidad la música también puede considerarse un significado determinante en nuestro entorno, como explica Giménez, *“todo tiene un significado, a veces ampliamente compartido, en torno nuestro: nuestro*

³⁸García Canclini, Néstor *“La Sociología de la Cultural. Pierre Bourdieu”* Pág. 5. (Consultado en diciembre 2013) En <http://www.gisxxi.org/wp-content/uploads/2011/04/LA-SOCIOLOG%C3%8DA-DE-LA-CULTURA.pdf>

³⁹García Canclini, Néstor. Op. Cit. Pág. 9

⁴⁰García Canclini, Néstor. Op.Cit.. Pág. 10.

país, nuestra familia, nuestra casa, nuestro jardín, nuestro automóvil y nuestro perro; nuestro lugar de estudio o de trabajo, nuestra música preferida, nuestras novias, nuestros amigos y nuestros entretenimientos; los espacios públicos de nuestra ciudad, nuestra iglesia, nuestras creencias religiosas, nuestro partido y nuestras ideologías políticas. Y cuando salimos de vacaciones, cuando caminamos por las calles de la ciudad o cuando viajamos en el metro, es como si estuviéramos nadando en un río de significados, imágenes y símbolos. Todo esto, y no otra cosa, son la cultura o, más precisamente, nuestro 'entorno cultural'"⁴¹. A partir de ésta noción podríamos profundizar el tema, deteniéndonos en el rol que juega el mercado en estas diferenciaciones, ya que al particularizar a los individuos según sus diferentes intereses, se da la posibilidad de ofrecerles un tipo de consumo particular para cada uno. Pero avanzaremos enfocándonos en el concepto de Capital Cultural y posteriormente se abordará esta dimensión.

Es a partir de la interacción de diferentes sujetos con diversas concepciones que se puede crear una idea de lo culturalmente compilable, además es en la relación institucional entre la familia y la escuela que se va formando un ideal valórico de los sujetos respecto a las cosas. La acumulación del capital cultural le permite a los individuos crear una concepción de sí mismos, coherente con un discurso identitario.

*"La identidad se predica en sentido propio solamente de sujetos individuales dotados de conciencia, memoria y psicología propias, y sólo por analogía de los actores colectivos, como son los grupos, los movimientos sociales, los partidos políticos, la comunidad nacional y, en el caso urbano, los vecindarios, los barrios, los municipios y la ciudad en su conjunto."*⁴²

⁴¹Giménez, Gilberto *"La cultura como identidad y la identidad como cultura"* pág. 3 (consultado en noviembre 2012)
<http://www.galanet.be/dossier/fichiers/La%20cultura%20como%20identidad%20y%20la%20identidad%20como%20cultura.pdf>

⁴²Giménez, Gilberto Op. Cit. Pág. 6. (consultado en noviembre 2012)

Posteriormente, ¿cuáles son las connotaciones del uso del capital cultural vislumbrado en la creación musical juvenil?

Las tecnologías masivas para la comunicación se encargan de la consolidación de meta-relatos, mitos y rituales sociales en donde se ponen en evidencia perspectivas de ordenamiento social, valores morales y propuestas para el modelamiento de la subjetividad y el comportamiento social. Según García Canclini, *“dentro de ese mercado simbólico, el campo establecido por las elites con una fuerte autonomía opera como criterio de legitimación, o al menos como referencia de autoridad, para el conjunto de la vida cultural.”*⁴³

Es determinante el cómo la configuración de una industria cultural necesariamente ofrece relatos y posiciones sobre el orden social, los valores morales y en todo lo concerniente a la identidad. Cabe rescatar también, el lugar de la “moda” como elemento esencial en la homogenización de las subjetividades que se asumen como esencias heterogéneas y únicas.

*“Desde los años 30, a lo largo de todo el siglo XX, hasta hoy, la realidad efectiva de esos ideales, de esos lugares comunes y supuestos, ha sido más bien una vasta mitología, un mundo de apariencias, que ejerce su fascinación sobre los no iniciados, sobre los artistas jóvenes, pero que sólo se ha sostenido de manera real en los pocos momentos y espacios de las vanguardias más radicales. A pesar de la mitología que reviste al ‘ser artista’, el siglo XX se caracterizó más bien por la cooptación de los artistas por los poderes paralelos del Estado y del mercado, por la profesionalización creciente, y por la diferencia consiguiente en la vida del gremio entre su retórica de autonomía y su realidad de asalariados relativamente triviales.”*⁴⁴

Antes se consideraba la identidad como un asunto que tenía que ver con la inscripción a instituciones sociales tales como el matrimonio, la familia, la educación y el trabajo; en la actualidad fenómenos sociales derivados de las luchas por el reconocimiento de la diversidad sexual, el género y la etnia han abierto el espectro

⁴³García Canclini, Néstor *“La Sociología de la Cultural. Pierre Bourdieu”* Pág. 20. (consultado en diciembre 2013) En <http://www.gisxxi.org/wp-content/uploads/2011/04/LA-SOCIOLOG%C3%8DA-DE-LA-CULTURA.pdf>

⁴⁴Pérez Soto, Carlos *“Arte político y política del arte”* Pág. 5. (Consultado en julio 2013). <http://carlosperez.cc/arte-politico-y-politica-del-arte/>

para pensar en las identidades juveniles como el escenario de incubación de los discursos movilizadores de la sociedad y, en este escenario, *“las músicas populares han sido pensadas más de una vez como espacios simbólicos de resistencia político-cultural. En determinados contextos, esa operación o funcionalización de ciertas producciones musicales se vuelve sumamente visible.”*⁴⁵

Sucede también, cada vez con mayor frecuencia en el arte y la cultura en general, producto de la globalización de las comunicaciones, el emular reproducciones culturales ajenas. Estas se producen en diversas combinaciones cada vez más excéntricas, en las que, producto de un vínculo del actor social, con un saber anterior acumulado, siempre el resultado proveniente de esta interpretación local, es nutrido también por elementos culturales propios. Héctor Samour explica que *“el consumo de la cultura popular o “cultura de masas” tiene siempre un significado local y contextual. Así, el proceso de globalización puede definir la distribución, pero no el consumo de los productos culturales. Esto quiere decir que la idea de una cultura global unitaria es también vulnerable frente al argumento de que no existe un proceso global de interpretación cultural. El mismo producto visual o musical no provoca la misma respuesta en todos los lugares donde se lo ve o se lo oye.”*⁴⁶

Sobre el sentido actual de la música, Attali señala que *“la música ritmaba al nacimiento, el trabajo, la vida, la muerte, organizaba el rol social. En la actualidad ya no es, muy a menudo, más que consumo de cultura pasada o estructura de invariables universales, reflejo de la crisis general del sentido.”*⁴⁷ A estas alturas la música, que sigue cumpliendo su rol cohesionador histórico, además ha entrado en las lógicas

⁴⁵Alabarces Pablo. *“Música popular, identidad, resistencia y tanto ruido (para tan poca furia)”* Pág. 4. (consultado diciembre 2012) <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82201207>

⁴⁶Samour, Héctor *“Globalización, cultura e identidad”* ECA Estudios centroamericanos 2005. Pág. 488. (consultado en octubre 2013) <http://www.uca.edu.sv/filosofia/admin/files/1290440111.pdf>

⁴⁷Attali, Jacques *“Ruidos”* Editorial Siglo XXI, México, 2011. Pág. 57

mercantiles y puede ser poseída a través de los formatos de fijación. Este es un tema no menor, si consideramos que esta nueva situación vendría a cambiar toda nuestra relación con la música y sobretodo las relaciones entre nosotros mismos, en donde veremos cada vez menos la música como un lugar de encuentro y la consideraremos cada vez mas como un bien de consumo individual.

E- Teoría del control cultural

Enfocado a la producción y difusión de la música popular

“La noción de un origen común, la identidad colectiva, el territorio, la unidad en la organización política, el lenguaje y otros rasgos comunes, adquieren valor como elementos característicos de un grupo étnico, en la medida en que sea posible encuadrarlos dentro de esa relación específica y significativa entre sociedad y cultura propia.”⁴⁸

El control cultural es un concepto que introduce Guillermo Bonfil, y en términos generales el sistema mediante el cual se decide sobre los componentes culturales necesarios para realizar todas las acciones sociales. Dentro de estos, Bonfil plantea que podemos visualizar cinco tipos de elementos: materiales, de organización, de conocimiento, simbólicos y emotivos. El ámbito artístico del ser humano abarca, por lo menos, estos últimos tres tipos de elementos e influye en los otros dos, también de manera importante, convirtiéndose así, el arte, en un área estratégica para las relaciones de control sobre cualquier tipo de grupo étnico o social.

“Los ámbitos de cultura autónoma y cultura apropiada forman el campo más general de la cultura propia; es decir, aquél en que los elementos culturales, propios o ajenos, están bajo control del grupo. La cultura impuesta y la cultura enajenada, a su vez, forman el ámbito de la cultura ajena, en el que los elementos culturales están bajo control ajeno.”⁴⁹ Desde la mirada del arte en Chile, es inevitable encontrarse con una cultura muy permeable y carente de elementos propios, característicos de una identidad particular transversal, es mas bien una identidad fragmentada en el tiempo. Según Bonfil Batalla *“Existen elementos culturales propios y ajenos, los propios son heredados, generados y transmitidos y los ajenos, generalmente impuestos.”*

⁴⁸Bonfil Batalla, Guillermo. *“La teoría del control cultural en el estudio de procesos étnicos”* Pág.5 (consultado en marzo 2013)

<http://ciesas.edu.mx/Publicaciones/Clasicos/articulos/TeoriadelControl.pdf>

⁴⁹Bonfil Batalla. Op. Cit. Pág. 9

Los medios de comunicación masivos asimismo, son escenarios en donde las identidades son exteriorizadas y al mismo tiempo, bajo la lógica actual, consumidas, o podríamos decir, apropiadas, usadas, re-significadas, para luego compartirlas nuevamente.

Los múltiples orígenes étnicos que precedieron a esta sociedad chilena, y el descuido en que se ha incurrido en su valoración y rescate, hacen que se pierda una extensa gama de cualidades culturales únicas, resultante de los distintos territorios en donde desarrollar la vida (fruto de una geografía muy variada) y de los artefactos que de esas necesidades vitales nacen. También influyen en la pérdida de elementos culturales propios, la historia política reciente y sus repercusiones en nuestra situación social actual. En la línea de Bonfil Batalla, *“la cultura autónoma es en donde uno logra ejercer la decisión sobre cómo enfrenta sus elementos culturales, por qué los produce y conserva”*⁵⁰, por el contrario en la cultura impuesta *“ni los elementos, ni las decisiones son propias del grupo.”*⁵¹

Estos factores de descuido, falta de incentivos y falta de lugares de desarrollo cultural autónomo, determinan un presente carente de símbolos que logren acoger a todos los miembros de nuestra sociedad, en un sentido de pertenencia y origen común, o por lo menos estos elementos particulares no son de un fácil acceso y se hace necesario un estudio más profundo para lograr generar un rescate de elementos propios. Pero más importante aún, es que esta condición de carencia nos priva de una relación significativa entre nosotros como sociedad y la parte de nuestra cultura que podríamos considerar como propia.

Aunque reconozcamos rasgos propios en ciertos elementos culturales, si éstos no son llevados a cabo en la cotidianidad, esta imagen cultural no es representativa

⁵⁰Bonfil Batalla, Guillermo. Op. Cit. Pág. 7

⁵¹Bonfil Batalla. Ibídem.

del grupo étnico o del conjunto de grupos étnicos que puedan conformar una sociedad como la propia.

“El concepto cultura apropiada se usa cuando un grupo étnico es capaz de tomar decisiones sobre elementos culturales ajenos y los utiliza para satisfacer fines propios.”⁵²

En Chile, por ejemplo, se ha venido produciendo desde ya hace un buen tiempo, un proceso de apropiación cultural a través de la música, muchos pueden ser los ejemplos, pero para enfocarnos, podemos hablar del caso de la entrada de la música colombiana, la Cumbia Villera desde Argentina, o más masiva y popularmente la Ranchera, la Bachata o el Reggaetón, ejemplos que pueden dar una idea de los alcances locales del concepto.

Diferente es cuando planteamos el concepto de “cultura enajenada” de Bonfil Batalla, quien plantea que *“la cultura enajenada es cuando, desde un grupo, no es posible tomar control de sus propios elementos culturales y sus contenidos son usados a partir de decisiones de otros. Habría algunos contenidos concretos en el ámbito de la cultura autónoma, que son indispensables para la existencia de un grupo y que éste se diferencie étnicamente. Esta estratificación de las relaciones culturales interétnicas propone que desde los grupos étnicos subordinados surgen tres maneras de interacción. Por ‘resistencia’, actuando en el sentido de preservar los elementos autónomos de su cultura; por ‘apropiación’, teniendo decisión sobre elementos culturales ajenos; o por ‘innovación’, siendo capaz de generar nuevos elementos culturales propios.”⁵³*

⁵²Bonfil Batalla. Op. Cit. Pág. 8

⁵³ Bonfil Batalla Ibídem.

En Chile claramente se puede constatar una relación de dominación cultural explícita desde 1973 en adelante, en el establecimiento de un apagón cultural implantado por la fuerza y muy prolongado, imponiendo una serie de prohibiciones, como por ejemplo; es conocida la prohibición de tocar instrumentos andinos como la quena o el charango, y el establecimiento de una pauta pública televisiva que crearía por 17 años, para mucha gente, una concepción desviada de la realidad, para que a lo largo de los años 80 se instalaran desde los grandes medios de comunicación, las normas de comportamiento, los gustos y las aspiraciones personales. Claramente la música en estos procesos no queda ajena y participa activamente en la formación del entorno cultural de las personas y, como ya hemos constatado, nos determina de manera muy potente en ámbitos relacionados con la conciencia, como son la memoria o las emociones.

Capítulo II

Las transformaciones en la industria de la música.

Habiéndose instalado ya en el siglo XIX una industria musical basada en la impresión y distribución de música escrita, rescatada de épocas anteriores y contemporáneas, reordenando el escenario artístico y cambiando las reglas entre músicos y sociedad, aparecerá en 1877 Alba Edison con la invención del primer artefacto capaz de grabar y reproducir sonidos; el Fonógrafo, para luego, 19 años más tarde, lograr emitir ondas de radio a lugares remotos. Estas serán sin duda invenciones que marcarán un nuevo quiebre en lo que Attali llamará "las cuatro redes" de la música, pasando de la representación a la repetición.

"La tercera red, la de la repetición aparece a finales del siglo XIX con las grabaciones. Concebida como modo de conservación de la representación, esta tecnología, en cincuenta años, ha creado, con el disco, una nueva red de organización de la economía de la música.

Cada espectador tiene una relación solitaria con un objeto material; el consumo de música se vuelve individual, simulacro del ritual sacrificial y espectáculo ciego.

La red ya no es aquí una forma de sociabilidad, ocasión de encuentro y comunicación de los espectadores, sino instrumento de una accesibilidad formidable a un depósito individualizado de música. Ahí también, la nueva red aparece en la música como anuncio de una nueva etapa de organización del capitalismo, el de la producción en serie, repetitiva, de todas las relaciones sociales."⁵⁴

Este fue entonces un paulatino pero evidente paso desde la concepción de la música como un evento social exclusivamente en vivo, a un concepto en donde la individualidad y la propiedad, de la mano de un incipiente capitalismo, pasarán a liderar los nuevos caminos del consumo musical. Consumo que verá un importante incremento en el transcurso del siguiente siglo, creándose grandes compañías que darán inicio a un exitoso desarrollo de industrias musicales y generando un importante salto en términos de crear no sólo públicos para escuchar los discos, sino también grandes audiencias para los mega conciertos de sus artistas.

⁵⁴Attali, Jacques "Ruidos" Editorial Siglo XXI, México, 2011 Pág. 51-52

Pero, a pesar de estas condiciones perfectas para el desarrollo de los negocios industriales generados desde la música, y ligadas específicamente a la venta de fonogramas (un registro sonoro en un soporte que permita su reproducción), posteriormente se desarrollará, y producto de la invención del archivo de audio digital en la década del 1960, un escenario nuevo, en donde la industria, tal como la conocimos, deberá re-inventarse para lograr seguir generando recursos a partir de la música.

A. Industria de la música popular (pre era digital)

El estar en contacto con la música es parte del cotidiano vivir, de muchas acciones que realizamos diariamente, pues *“la música consigue dotar a la gente de una identidad, situarla en diferentes grupos sociales”*⁵⁵ y, a través de ella o de nuestra experiencia, *“darnos un lugar en el seno de la sociedad”*. Además, logra *“proporcionarnos una vía para administrar la relación entre nuestra vida emocional pública y la privada.” y cumplir con la función de “dar forma a la memoria colectiva, la de organizar nuestro sentido del tiempo”*⁵⁶

Al hablar de la industria de la música, ésta se puede abordar desde muchos ángulos, pero nosotros la entendemos a partir de los conceptos que hemos ido recopilando. Así, al referirnos a la industria musical, la definimos como el entramado necesario para generar productos musicales, para luego comercializarlos a través de diferentes canales, asociados a la vida urbana y los medios de comunicación de masas, en general lejos de las tradiciones musicales.

Los ejes fundamentales sobre los que se mueve la industria de la música son la producción musical, la producción de conciertos y la industria de fonogramas, es

⁵⁵Frith, Simon. *“Hacia una estética de la música popular”*, Pág. 7, (consultado en junio 2013)
<http://sociologiacultura.pbworks.com/f/Frith.pdf>

⁵⁶Frith. Op. Cit Pág. 8.

difícil diferenciarlos, sobretodo en el contexto actual de cambios tecnológicos. También son parte de este entramado en torno a la actividad musical, las empresas editoriales, la venta de partituras y fonogramas, los representantes, las salas de ensayo, venta de instrumentos, los medios masivos de difusión, la educación musical, las sociedades encargadas de la gestión de los derechos de propiedad intelectual y las políticas estatales en relación a la música.

Históricamente, la vertiente de la industria que ha generado más recursos es la venta de fonogramas, pasando por distintos estados de desarrollo y cambios en su forma. Sobre ello, Hobsbawm ha señalado que *“en cuanto a productos que representan novedades tecnológicas visibles, la lista es interminable y no precisa de comentarios: la televisión , los discos de vinilo (los LPs aparecieron en 1948) seguidos por las cintas magnetofónicas (los cassettes aparecieron en los años 60) y los discos compactos; los pequeños radio transistores portátiles”*⁵⁷

Desde comienzos del siglo XX y como resultado de la gestación del capitalismo como sistema dominante en el globo, se dió inicio a una serie de fusiones de grandes compañías en diversos rubros del quehacer tecnológico. Si bien podemos entender el desarrollo de la industria desde el lente de la globalización y su concentración de capital, es necesario también hacer hincapié, en el cómo estos diversos actores de la tecnología impulsan modelos de negocio para lograr su propia expansión, basándose en utilizar su propia matriz industrial para generar alianzas estratégicas.

*“Ya en 1914 los Estados Unidos eran la principal economía industrial y el principal pionero, modelo fuerza impulsora de la producción y la cultura de masas que conquistará el mundo durante el siglo XX.”*⁵⁸ Durante la Primera Guerra Mundial, el sello BMG (antiguamente *RCA Víctor*) se formó, producto de la fusión entre marina estadounidense y *General Electric*. Primero pasó a llamarse *Radio Corporation of*

⁵⁷Hobsbawm, Eric *“La Historia del Siglo XX”* 10ª edición, Editorial Planeta, Buenos Aires, 2008. Pág. 268.

⁵⁸Hobsbawm, Op. Cit. Pág. 24

America, para luego de unirse a una casa editorial de literatura nazi (*Bertelsman AG*) y conformar BMG, tal como se conoce hoy en día.

*“Las industrias que Europa inició emigran a otros continentes y los países que en otro tiempo buscaban en Europa, al otro lado de los océanos, el punto de referencia, dirigen ahora su mirada hacia otras partes.”*⁵⁹ Una fusión importante para la industria musical europea del siglo XX se da cuando la *Compagnie Generale de Eaux*, que controlaba los servicios de energía, agua, transportes y las telecomunicaciones en Francia, compra *Vivendi* y *Poligram* (*Siemens-Philips*) anteriormente responsables de la fabricación de lámparas, aparatos de radio y televisores. La nueva empresa pasa a llamarse *Universal Music Group*.

En Inglaterra y Japón se producen similares fusiones en el mundo de la fabricación de aparatos electrónicos, para configurar las compañías *EMI* y *Sony* respectivamente. *Time Warner*, en cambio, nace desde la industria del cine y la distribución de material visual, pasando por las telecomunicaciones y la publicación de diversos formatos, hasta entrar finalmente en el mercado de la música.

Estos son, a muy grandes rasgos la relaciones que se han gestado para configurar los grandes conglomerados económicos en la industria musical, representando desde comienzos de siglo las economías dominantes. Hoy en día podemos identificar a cuatro grandes actores en la industria de la música: *SONY-BMG*, *Universal Music Group*, *EMI* y *Time Warner*, y su posicionamiento mundial como corporaciones multinacionales a sido un proceso que a tomado gran parte del siglo XX, pero sobre todo ha establecido su control más marcadamente en los últimos 30 años de apogeo de la industria, pues *“cada una de ellas opera estratégicamente en distintos mercados y segmentos de público especializados. Mantienen subsidiarias en distintos países y controlan distintos elementos de la cadena, como la difusión a través de canales de televisión y radio, la producción musical, a través de estudios de grabación y la*

⁵⁹Hobsbawm. Op.Cit. Pág. 24.

distribución, a través del control de las patentes industriales de los aparatos de reproducción.”⁶⁰

Es a partir de los años sesenta, con el auge de grandes movimientos musicales ocurridos en EEUU e Inglaterra, que se comienzan a generar procesos de transnacionalización y concentración de los capitales, los cuales alimentarán las corrientes musicales en auge, pero a la vez, y a lo largo de la segunda mitad del siglo, afectará profundamente sus sentidos, ya sea por medio de la repetición y de la creación de fórmulas, obteniendo muchas veces como resultado la homogenización del material. Sobre estos procesos, Frith ha señalado que *“los músicos escriben melodías y ejecutan solos; los productores escogen entre diferentes mezclas de sonido; las discográficas y los programadores de radio deciden qué debe tocarse y qué debe emitirse; los consumidores compran un disco y no otro, y concentran su atención en determinados géneros. Como resultado de todas estas decisiones, aparentemente individuales, aparece un determinado patrón de éxito, gusto y estilo que puede ser explicado sociológicamente.”⁶¹*

Dentro de este marco de desarrollo tecnológico es que los lazos entre la música y la economía se han estrechado mucho, sobretodo a lo largo del pasado siglo XX, a partir de la creación de productos musicales comunes para toda nuestra cultura occidental, generando una industria de la reproducción fonográfica y una creciente masificación de los eventos artísticos, así como también un crecimiento en las audiencias artísticas e instalando, de paso, la figura de las grandes estrellas musicales y con mucha fuerza, instalando también la incipiente figura del productor musical como elemento infaltable a la hora de generar éxitos, trabajando a la par con los músicos.

⁶⁰Espinoza, Felipe *“La industria de la música en Chile”* Pág. 14 (consultado en noviembre 2013)http://www.academia.edu/4218090/LA_INDUSTRIA_DE_LA_MUSICA_EN_CHILE_INDEPENDIENTES_Y_LA_ERA_DIGITAL

⁶¹Frith, Simon. *“Hacia una estética de la música popular”* Pág. 2.(consultado en junio 2013) <http://sociologiacultura.pbworks.com/f/Frith.pdf>

De esta manera se ha ido instalando la idea de que es posible generar valor a partir de la práctica musical (artística), riqueza, o más bien, un excedente de riqueza, una cuota extra de ganancia, si uno fuere capaz de acertar en la dirección de la producción musical, en términos de conducir hacia las audiencias que se pretende.

Éstas búsquedas generalmente son objetivos de clases, y se trata de acertar en ciertos códigos que se manejan en los grupos sociales, lograr percibir lo que un grupo de gente quiere oír es el objetivo, y para generar más ganancias es necesario apuntar a un grupo más grande. Estas son ideas muy comunes hoy en día, pero no siempre lo fueron, ese es un cambio mayor que se produce con la llegada de la gran industria. Es así, a través del paso o mediación de ésta industria, que muchas expresiones musicales auténticas pueden llegar a perder su significado al momento de entrar en la lógica mercantil, Alabarces critica el hecho que *“es preciso hacer un enorme esfuerzo para seguir hablando de resistencias en la cultura rock. Probablemente, no en la innovación musical; muy precariamente en algunas líricas, más o menos politizadas, pero que sólo podemos hallar en actores provenientes de las clases medias parcialmente comprometidas, y de una manera lineal, reducidas a un progresismo vacío que, a tono con los discursos hegemónicos, señala como mucho la corrupción y el caretaje pero se cuida de nombrar, por ejemplo, el capitalismo.”*⁶²

⁶²Alabarces, Pablo “Música popular, identidad, resistencia y tanto ruido (para tan poca furia).” Pág. 7 (consultado en diciembre 2012) <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82201207>

B- Tecnología de Audio digital (DAT)

“La digitalización de señales analógicas se realiza tomando muestras instantáneas de la señal a intervalos de tiempos regulares, y dándoles a cada muestra un valor numérico codificado en binario.”⁶³

Una de las principales características de los formatos digitales es que las copias que se puedan hacer del fonograma original pueden ser perfectas y no sucede lo mismo con los formatos análogos, en donde cada copia va perdiendo calidad, dificultando un posible pirateo de la música.

Por supuesto que desde la industria de la música se entendía la amenaza que significó esta invención, y no será sino hasta la década de 1980 que la tecnología permeará a un espectro mayor de la sociedad (aunque todavía marginal) y así permitir a través del sistema de copiado casero comenzar a distribuir la música fuera de los márgenes establecidos por la propia industria.

“Es imposible pensar la estética de la música contemporánea y la eclosión de géneros como la electrónica sin la intervención tecnológica. Las sucesivas crisis y transformaciones de la industria de la música han venido de la mano de la generalización de nuevas formas de grabar, distribuir y consumir música, que además han afectado a la distribución de roles de los actores del mundo de la música (compositores, músicos, productores, oyentes) y la valorización de las experiencias asociadas a esta.”⁶⁴

A comienzos de los 90' la tecnología de Audio Digital (Digital Audio Technology, DAT) comenzaba a ser más popular a medida que la computación permeaba la sociedad. La industria musical, a través del congreso de los Estados Unidos intentará regular el copiado en serie de DAT desde la matriz, insertando un

⁶³ “Tecnologías del sonido” 2002 (Texto sin autor) Pág. 7. (consultado en diciembre 2013)
http://oretano.iele-ab.uclm.es/~jmlova/Archivos/IIA/Archivos/IIA_Sonido.pdf

⁶⁴ Lasén, Amparo; Fouce, Héctor “Música, Tecnología y creatividad-presentación del dossier” Pág. 1, (consultado en noviembre 2012) revista Trans
<http://estudiosterritoriales.org/articulo.oa?id=82220947001>

código en los audios copiados en grabadoras DAT. Con esto se limitaría el multicopiado desde las productoras, generando un efectivo pero corto respiro para el antiguo sistema, pues con el desarrollo de la tecnología en los siguientes años se hizo imposible seguir controlando a todo aquel con acceso a copiadore de DAT.

C- Mp3, archivos de audio digital y redes

Sin embargo durante la primera mitad de la década de los 90' la velocidad de las redes de Internet caseras(no superaban los 56kbps) todavía no era funcional a una idea de cooperativa en términos tecnológicos para aguantar una traspaso expedito de archivos musicales a través de las redes, sobretodo porque los archivos DAT continuaban siendo extremadamente pesados. De esta manera el reinado de los fonogramas, como el CD o las cintas, no era aún amenazado y la industria musical, específicamente en Chile, logró durante este período un alza significativa en términos de generación de productos, como también de acumular y agrandar sus catálogos.

No será sino hasta 1998 que el formato de compresión de audio Mp3 (creado en 1987 en Alemania, en el Fraunhofer Institut Integrierte Schaltungen y conocido en sus comienzos como el ISO-MPEG Audio Layer-3 standard),comenzará a revolucionar los sistemas de intercambio a través de la red, ya que, aún siendo una copia imperfecta del fonograma original, no representa una gran diferencia al oído del consumidor porque elimina las frecuencias que el ser humano menos percibe y potencia los rangos más audibles entre los 2 y 4 Khz. Alivianando de manera significativa el peso del archivo musical y permitiendo así el incipiente desarrollo de toda una industria asociada a la creación de artefactos para almacenar, distribuir y escuchar música durante el comienzo de este siglo XXI.

De esta manera podemos observar cómo, en menos de dos décadas, fue posible crear un sistema de codificación digital del material musical(DAT) e impulsar su posterior masificación a través de formatos más exequibles para ser compartidos

(mp3), además del desarrollo paralelo de las conexiones de banda ancha casera (como el RDSI, ADSL y cable), dando paso a nuevas plataformas de comunicación entre ordenadores (redes P2P, de las cuales ya hablaremos), para compartir el material musical de manera gratuita entre personas, obviando las leyes de *copyright* y poniendo en jaque a toda una industria acostumbrada a las ganancias exorbitantes.

D- La democratización en al acceso a la información y a la difusión de la música.

“La accesibilidad del Internet en esta década consolidó una nueva dinámica de relación entre las tres partes protagonistas en la escena independiente: los blogs independientes (como usuarios, melómanos y fanáticos), los artistas y el público. Esta relación triangular a partir de las redes digitales promovió los cambios necesarios en las estrategias de difusión y potenció nuevos mecanismos de participación en la escena musical, permeando las prácticas de difusión y creación institucionalizadas y dio ventaja a aquellos actores independientes.”⁶⁵

La difusión está al alcance de la mano y ya no es necesario ser parte de una corporación, sino que a través de la creación de grupos de trabajo, es que se pueden lograr buenos resultados, ocuparse de todo los temas relacionados con la producción en general es una tarea que involucra muchas veces el delegar los trabajos, dentro del estudio, en vivo, en otro tipo de medios como la radio o la televisión, como desde el manejo de las relaciones públicas, de estrategia de las productoras o bandas, etc.

Las redes de intercambio **P2P** (Peer to Peer) consisten básicamente en el traspaso de archivos entre usuarios de ordenadores conectados mediante Internet a través de plataformas diversas. Una de las cosas que podríamos identificar como efectos económicos positivos, desde la fuerte entrada de los archivos digitales, es que

⁶⁵Woodside Wood, Julián. Jiménez López, Claudia. Urteaga Castro Pozo, Maritza. *“Creatividad y desarrollo: La música popular alternativa.”* Pág 103-104. (consultado en marzo 2013) <http://www.fundacioncarolina.es/es-ES/publicaciones/avancesinvestigacion/Documents/AI65.pdf>

al acercar la música al usuario se ha creado mucha demanda del mismo producto o de otros, y a la vez que se satisface la demanda de los usuarios que quizás no estén con disposición a pagar. Esto desemboca, en la mayoría de los casos, en un mayor conocimiento de la música y una mayor circulación de las creaciones que ya no conocen trabas de origen, en términos de oportunidades.

Además facilita que los movimientos de los productos musicales dentro de la sociedad sean más rápidos y efectivos, generando nuevos grupos y ampliando el espectro de los negocios asociados a la música en vivo, haciendo crecer la industria de los instrumentos, las salas de ensayos, los lugares donde tocar, etc. Sobre el impacto de la tecnología, Márquez ha señalado que *“el conjunto de materiales, instrumentos, aplicaciones, programas y actualizaciones inherentes a las nuevas tecnologías ha hecho que el arte nacido con la cibercultura dependa de estas herramientas digitales para su creación y desarrollo, puesto que cada nueva aplicación, cada nueva actualización, genera nuevas formas de experimentación, producción y recepción artística.”*⁶⁶

Se podría entender como efectos económicos negativos el hecho de que las ventas de fonogramas hayan caído tan drásticamente en los últimos 10 años, pero si nos enfocamos en el asunto de manera más global, podremos ver que las ventajas económicas de fomentar una industria asociada a la música en vivo y la producción musical, a través del equipamiento de muchos estudios independientes formados al alero de los avances tecnológicos; lo que de todas maneras no impedirá que muchos de los sellos “*Mayor*” experimenten descensos en su capacidad de invertir en nuevos talentos. Claramente son los artistas de más renombre los que sufrirán las mayores pérdidas, mientras que los más desconocidos se beneficiarán con mayor cantidad de opciones para visibilizarse a través de las nuevas plataformas que se han ideado y creado, modificándose así la estructura de la industria musical desde sus cimientos.

⁶⁶Márquez, V. Israel *“Hiper música: La música en la era digital”* S/Nº (consultado en junio 2013) <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82220947003>

“Estos cambios tecnológicos han generado la fragmentación de la cadena productivo creativa del campo musical, Si antes múltiples agentes se veían involucrados en el proceso de creación>inversión>producción>distribución>comercialización, estimulando principalmente una relación con tendencia a la verticalidad (aunque no era la única forma)”⁶⁷ Esta fragmentación ha permitido relaciones cada vez más horizontales entre creadores, productores, promotores y consumidores, es decir, el peso de todos estos agentes dentro del campo de la producción musical se ha reconfigurado, aunque seguimos encontrando personalidades dominantes o contactos que dan licencias de entrada al campo, estas personalidades dominantes se encuentran en los medios de comunicación, las promotoras y las disqueras ‘major’ y sirven como puente conector entre las propuestas que se autodenominan ‘independientes’ y la industria discográfica ‘major’.”

E- Reinención de la industria en tiempos de transformaciones

La masificación en el acceso a Internet y la creación de nuevas plataformas de distribución y difusión, para compartir archivos, generó un quiebre en la industria musical, y así como se modifican los modelos de negocio en torno a la producción, como por ejemplo el cambio de comprar CDs a comprar un sólo tema por la *web*, las posibilidades para la industria discográfica de crear nuevos negocios en este nuevo contexto de tecnología digital y de velocidad en las comunicaciones son limitadas y a tenido que abrirse a negociar su lugar en otros campos como la televisión, el Internet o la radio. Pero sobretodo ha debido diversificarse y comprender las nuevas necesidades de los usuarios, ya que se podría decir que es el patrón de usuario el que cambia. Se buscará lograr, a través de la música en vivo, la venta de música digital, las

⁶⁷Julian Woodside Wood, Claudia Jiménez López, Maritza Urteaga Castro Pozo. *“Creatividad y desarrollo: La música popular alternativa.”* Pág. 97. (consultado en marzo 2013)

<http://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2014/08/A165.pdf>

transmisiones a través de *streaming* (pagadas o gratuitas), los videojuegos; otros emergerán con nuevas ideas y estrategias como por ejemplo *crowdfunding* de colaboración colectiva, y será *Mac* la que dará el primer paso hacia la rentabilidad del material digital, a través de su tienda virtual *iTunes*.

Las disqueras transnacionales ante los cambios

La IFPI(La Federación Internacional de la Industria Fonográfica, sigla en ingles)ha publicado desde el 2004 folletines que buscan describir lo que el ámbito digital ha representado para la industria, por lo que en “Digital Music Report 2009: New Business Models for a Changing Environment” (IFPI, 2009) se identifican algunas estrategias emergentes:

- *“De la venta de discos a la monetización del acceso musical. Se está cambiando de un modelo basado sólo en ventas de discos a un modelo que busca monetizar las nuevas formas de acceso a la música (mediante aplicaciones para celular o suscripciones a servicios).*
- *Ofrecer más opciones para descargas legales. La venta digital ha ampliado su oferta, dando a los consumidores la posibilidad de transferir libremente las canciones que bajan a cualquier equipo de reproducción sin las limitantes que había a partir de los permisos DMR (Administración de Derechos Digitales de los archivos, por sus siglas en inglés).*
- *Redes sociales y servicios de entrega con patrocinio. Nuevas formas de retribución económica se han abierto al dar licencias a servicios que permiten una escucha gratuita generando ingresos a partir de la publicidad, tal como ha ocurrido con las alianzas entre las disqueras Major y sitios de Internet como Myspace y Grooveshark.*
- *Nuevas fronteras: marcas, juegos y mercancías. Se generan ingresos a partir de alianzas con otras industrias del entretenimiento licenciando música para cine, videojuegos y publicidad, además de marcas comerciales y la venta de parafernalia.*

- *La transmisión pública. Las disqueras han endurecido la regulación de licencias no sólo para la transmisión radiofónica o pública, sino también para otros espacios cuyo fin no es netamente musical como restaurantes, hoteles y bares, fomentando un pago “justo” relacionado con la difusión de contenidos musicales.*
- *Contratos de 360o. Ha surgido un nuevo modelo contractual llamado de 360o, el cual en lugar de sólo lanzar el disco de un artista, el sello se asocia con el artista y se obtienen ganancias a partir de las giras, mercancía, publicaciones e incluso licencias como perfumes o ropa (Knopper, 2010: 241), esto ha ocasionado que organizaciones que antes eran sólo promotoras, incursionen en el negocio como agencias artísticas’’⁶⁸*

iTunes irrumpió en el 2003 con su tienda virtual de comercialización de discos y singles, fueron los primeros en comercializar mp3 a través de Internet, quizás sabiendo que se aproximaban tiempos de sofisticación en las tecnologías de artefactos de reproducción musical. En un comienzo sólo los usuarios de Mac disponían del software, pero luego se ampliaría a funcionar a través de Windows, de Microsoft y de esa manera poder alcanzar mayor cantidad de usuarios.

“Actualmente, iTunes Store ofrece –además de álbumes, sencillos y tracks musicales- Audiobook (Libros en formato de audio), videoclips, videojuegos, series de televisión y películas. En su catálogo están disponibles billones de canciones y abarca el 70% del mercado de música digital legalmente comercializada’’⁶⁹

De esta manera la estratégica *Mac* logra a través de *iTunes* superar en ventas, desde el 2003 al 2008, a gigantes del retail como *Wal-mart*, *Best Buy* y *Amazon*. El

⁶⁸Julian Woodside Wood, Claudia Jiménez López, Maritza Urteaga Castro Pozo. *“Creatividad y desarrollo: La música popular alternativa.”* Ediciones Germania, Madrid 2011. <http://julianwoodside.files.wordpress.com/2013/05/garcc3ada-canclini-nc3a9stor-maritza-urteaga-cultura-y-desarrollo-una-visic3b3n-distinta-desde-los-jc3b3venes.pdf#page=91&view=fitH,100>

⁶⁹Parker y Sepúlveda *“La industria musical: Hacia un nuevo equilibrio”* Pág. 39 (consultado en marzo 2012) http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2009/ec-franetovic_p/html/index-frames.html

cambio hacia el consumo de música digital es ya mayoritario. Cabe destacar que en Chile, por lo menos las ventas de discos experimentaron una fuerte caída, alcanzando un nivel mínimo de ventas en el que se mantiene hasta hoy.

El **Streaming** es otro de los tipos de modelos de negocios que se han implementado y más que un modelo es un tipo de plataforma de difusión online de contenidos con o sin cargo hacia el consumidor, a los que uno suscribe por membresías y paga mensualmente, o en el caso de muchos, es simplemente gratis como lo son *Youtube*, *My space*, *Vimeo* o *Spotify*. Éstos se financian directamente con los avisos publicitarios.

Spotify es simplemente el siguiente paso para promover el consumo pagado de la música en estos tiempos, este sistema funciona en tiempo real y su efectividad sólo depende de tu conectividad a la red. Aquí es posible definir de un catalogo gigantesco la pieza musical requerida al instante y en buena calidad para escuchar en línea.

Por el lado de la difusión de música original en la red se encuentran los **Netlabels** como alternativa a la estructura de los sellos musicales tradicionales y su principal ventaja radica en que nacen concebidos para desarrollar su difusión a través de Internet, en mp3, generalmente de manera gratuita para el consumidor y con costos operacionales considerablemente más bajos. Es más bien una cooperativa con el fin de difundir trabajos musicales y atraer o generar audiencias para las bandas. De la mano del inmenso desarrollo que ha tenido la banda ancha, por lo menos dentro de los países denominados como potencias económicas, esta industria ha logrado surgir también por la gran cantidad de oferta musical novedosa que se ha generado en los últimos años, quizás como un resultado que podríamos considerar como positivo en el marco de los cambios dentro del sector, ayudando también en el ámbito del manejo de los artistas, cooperando en la producción de los conciertos y estrategias de mercado.

Otro de los modelos impulsados principalmente por la industria independiente son las plataformas como **Slice The Pie**, en donde luego de una catalogación de las

bandas, y previa selección hecha por los mismos fans, las bandas seleccionadas pasan a un *Showcase* en donde, entre *fans* e inversionistas, donarán para alcanzar el financiamiento esperado, en caso de que eso no suceda el dinero es devuelto. En este caso son los *fans* e inversionistas los que mediante sus aportes deciden sobre el desarrollo de las producciones.

Quizás una de las asociaciones más lucrativas en estas transformaciones ha sido la alianza que han logrado establecer las industrias musicales con los **videojuegos**. Partiendo por los juegos que emulan el hecho de tocar la música como “*Rock Band*” o “*Guitar Hero*”, pasando por la compra de temas en línea al momento de jugar y elegir específicamente que temas quieres emular tocar, hasta lograr generar grandes ganancias a partir de lanzar discos a través de estas plataformas.

“Con su versión especial de Guitar Hero, Aerosmith ha recaudado más dinero vía royalties que con cualquiera de sus discos. Algo impensado, considerando que Aerosmith editó discos en tiempos en que la piratería, e incluso la copia de formatos digitales como el CD, eran marginales (1973 a 1990)”⁷⁰

Este es sin duda un negocio que va en alza, debido a que en los países que representan los mayores mercados para ésta industria (Inglaterra, EE.UU. y Japón) la venta de videojuegos ha ido en alza, además de la cantidad de usuarios nuevos que se han ido generando gracias a la variada oferta de juegos, en donde se pueden encontrar *software* para todo tipo de usos, desde experiencias de baile, carreras, guerra, intriga, etc..

“Las mujeres y los adultos forman ya parte de este universo de consumo y de experiencia. A través de los juegos se conocen nuevos grupos y nuevas músicas; a veces, sólo es posible acceder a canciones concretas a través de la banda sonora del videojuego, obligando a los fans del grupo a introducirse en un nuevo contexto de consumo. La industria musical ha negociado su lugar con la radio, la televisión, el cine y ahora también con los videojuegos.”⁷¹

⁷⁰Parker y Sepúlveda. Op. Cit. Pág. 48.

⁷¹Lasén, Amparo; Fouce, Héctor “*Música, Tecnologías y Creatividad*” Presentación del dossier.

F- La nueva relación de los músicos con los instrumentos, la música y la computación.

“En los orígenes de la industria discográfica, un disco no pretendía ser más que una copia de una actuación en directo, la aparición y desarrollo de la grabación multipista va a posibilitar que esta relación se vea modificada. Desde discos como Sgt. Pepper Lonely Heart Club Band, la grabación cobra autonomía y las actuaciones en directo se presentan como oportunidades para revivir los sonidos de los discos en un nuevo contexto, como un evento irreplicable frente a la posibilidad de repetición que la grabación ofrece. En un primer momento el uso de la tecnología aparece como un valor añadido a la música”⁷²

No es un secreto a estas alturas que, de la mano del desarrollo de la tecnología a fines del siglo XX y comienzos del XXI, la música, y la industria de la música a nivel mundial, ha ido sufriendo transformaciones notorias y cada vez más rápidas. La manipulación del material sonoro es a mi juicio uno de los cambios más importantes en términos de la relación de la creatividad de los músicos con el producto musical final, el hecho de poder acceder grabar a cada músico por separado y poder editar cada una de estas pistas, partiendo desde la edición manual de las cintas, hasta llegar a lograr manipular de manera extremadamente precisa las ondas de sonido en formato digital, son concepciones que necesariamente marcan una gran diferencia en las posibilidades de llevara cabo la inventiva del creador, pues *“las herramientas digitales permiten hacer zoom en el sonido y controlar cada una de las ondas que configuran el devenir musical. El músico es capaz de explorar y explotar las posibilidades sonoras hasta el más mínimo nivel de detalle, convirtiéndole así en una especie de cirujano del sonido que interviene directamente sobre las ondas, abriéndolas, moldeándolas y troceándolas en un delicado y minucioso proceso de ‘operación’ musical.”⁷³*

Pág 3. (consultado en noviembre 2013)
<http://estudiosterritoriales.org/articulo.oa?id=82220947001>

⁷²Lasén, Amparo; Fouce, Héctor. Op. Cit. Pág. 3.

⁷³Márquez, V. Israel *“Hipermúsica. La música en la era digital”* Pág. 4. (consultado en junio 2013)
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82220947003>

Las posibilidades que esta evolución técnica entrega, en términos de almacenamiento de material, la accesibilidad a los *home studios* o las plataformas de intercambio, como *Napster*, programas de traspaso de archivos P2P, luego la creación de páginas como *MySpace*, *Soundcloud* u otros mecanismos de difusión y consumo musical, hasta los modos de suscripción que conocemos actualmente, son parte de un progreso técnico, pero que también está cambiando nuestra concepción sobre el hecho sonoro y la experiencia musical, a la vez que producen un efecto en la relación de los creadores con sus propios instrumentos y creaciones.

“Los instrumentos musicales acústicos han evolucionado significativamente a través de los siglos hasta haberse estabilizado en formas canónicas, alcanzando un perfecto equilibrio entre todas las variables que determinan su usabilidad: ergonomía, flexibilidad interpretativa, potencial expresivo y diseño estético (Paradiso y O’Modhrain 2003). En contraste, la tecnología electrónica provee un nuevo paradigma para el diseño de instrumentos musicales, mediante el uso de dispositivos de control novedosos que traducen el movimiento humano en señales eléctricas, las cuales son a su vez utilizadas para generar sonido en formas diversas.”⁷⁴

El computador como mediador de nuestra creatividad y el resultado artístico es una realidad que se ha instalado rápidamente y que los músicos han adoptado enérgicamente en sus procesos, debido a las facilidades que entrega al momento de llevar a cabo las ideas, además de inspirar también los imaginarios artísticos por causa del exponencial crecimiento de las bibliotecas musicales personales y el acceso a contenidos anteriormente inalcanzables.

“Si en los 80 surgen el MIDI y el sampler, aparece también el CD, iniciándose la transición a la era digital que al tiempo que las tecnologías musicales permitían cada vez más el manejo y la manipulación del sonido sin necesidad de la presencia que el músico tendrá en el ordenador personal, Internet y el MP3 sus tecnologías fundamentales. En este contexto, surgen nuevas estéticas basadas en la manipulación de grabaciones preexistentes, desde el hiphop y la música electrónica.”⁷⁵

⁷⁴F. Cádiz, Rodrigo “Creación musical en la era post digital” S/N^o (consultado en diciembre de 2013) http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-71812012000200023&script=sci_arttext

⁷⁵Lasén, Amparo; Fouce, Héctor “Música, Tecnologías y Creatividad” Pág. 3, sobre el trabajo de

Es una época de adelantos tecnológicos comparables, desde el punto de vista del impacto que genera en los modos de vida y de acercamiento al fenómeno artístico, con lo que significó en su época la impresión de partituras, las primeras máquinas de grabación, la construcción en serie de instrumentos o incluso los avances tecnológicos en las comunicaciones, como la televisión o la radio, un puente directo entre las culturas, en ese sentido los continuos avances en materia tecnológica van constantemente cambiando los modos de producción, consumo y valoración de la música, en la medida en que hacen accesibles la creación musical a más aficionados y no necesariamente a “músicos de profesión”.

Estos cambios han complejizado, pero a la vez, modificado la actividad artística, otorgándole nuevos usos y significados diferentes y muy diversos, creciendo en términos de posibilidades de expresión de ideas estéticas, gracias a las infinitas alternativas que emergerán desde nuestra reciente incorporación de nuevos medios de creación, que representan un cambio en las antiguas concepciones sobre los actores involucrados en la producción, acercando a nuevos personajes nacidos dentro de este nuevo escenario.

“La introducción del computador como herramienta en la creación musical ha generado profundas consecuencias para la evolución del medio tecnológico como un todo (Manning, Electronic and computer music 181). Una de las principales razones que llevan a un compositor a componer música mediante computadores es poder pensar y crear música en forma distinta a como sería sin un computador (Taube 5).”⁷⁶ Además la irrupción de la informática como un actor preponderante en las formas de creación vendrá a cambiar las concepciones anteriores de compositor e interprete, y ofrece a

Daniela Furini *“Furini From recording performances to performing recordings”*
<http://estudiosterritoriales.org/articulo.oa?id=82220947001>

⁷⁶F. Cádiz, Rodrigo *“Creación musical en la era post digital” S/Nº (consultado en diciembre de 2013)*
http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-71812012000200023&script=sci_arttext

sus ejecutantes infinitas formas de llevar a cabo sus ideas estéticas. Además promete todavía muchas más mutaciones que podrían ampliar el horizonte de relaciones posibles entre los usuarios y el medio para expresar. *“Esta recuperación de la autonomía del músico hace que la figura romántica del autor-compositor que firma la obra y aspira a la originalidad se tambalee, pues de alguna manera las prácticas de muestreado, deformado y mezclado propias de la música digital hacen que volvamos a la simplicidad y a la apropiación personal de la producción musical que era lo propio de la tradición oral”*⁷⁷

Es importante también reflexionar sobre la computación y las nuevas tecnologías disponibles para los creadores, como una herramienta de ayuda en la búsqueda por llevar a cabo una idea artística y no como un simulador de expresiones humanas, en ese contexto, Walter Roblero⁷⁸ comenta que *“las tecnologías han facilitado mucho el desarrollo de la música en la actualidad, pero creo que hay que saber usarla, porque hay ciertas técnicas que no sirven para toda la música. Yo creo que cuando uno tiene claridad de para qué sirve cada cosa no hay problema, pero la tecnología también ha hecho que existan cosas que pueden ser súper artificiales y mientras haya una conciencia de eso está bien, pero cuando se pretende tapar ciertas falencias o camuflar alguna realidad por este medio, se convierte en un problema.”*

Se puede entender que los medios por los que generamos la música afecten la dirección estética que la música pueda tomar, siempre la creación de nuevas máquinas para la creación del sonido ha venido de la mano de potenciales nuevos imaginarios expresivos, pero también podemos apreciar en el presente la falta de una inventiva que pretenda indagar en las sonoridades futuras. Es muy común el intentar emular estéticas anteriores con mediocridad, haciendo uso de la tecnología como maquillaje para lograr un resultado similar a lo que otros, sólo con sus capacidades

⁷⁷Márquez, V. Israel *“Hiper música. La música en la era digital”* Pág 3. (consultado en junio 2013) <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82220947003>

⁷⁸Periodista, músico y parte del equipo fundador del sello independiente Quemascabeza año 1998.

humanas, lograron grabar hace décadas. Desde este punto de vista resultaría un problema, ya que no aporta nuevos elementos y sólo ayudará a seguir acumulando material anterior para el consumo presente, atrofiando así la posibilidad de los oyentes de acceder a estéticas más frescas y actuales.

Capítulo III

A-Escena nacional

Como hemos podido revisar anteriormente, la industria de la música formada desde comienzos del siglo XX ha dominado los lugares de consumo y ha crecido mucho, ocupando la mayor parte del negocio de la música, y dejando afuera a otro tipo de actores relevantes en la producción musical. Los sellos de corte independiente, creados como contraposición a monopolios dentro del rubro, las experiencias basadas en la autogestión local, o incluso la escena amateur, que comprende una gran parte del mercado de la venta de instrumentos y la asistencia a recitales, son formas de practicar la producción musical que están emergiendo con fuerza en Chile estos últimos años, de la mano de las nuevas plataformas en la red y las descargas entre usuarios, causales de la crisis que ha enfrentado la gran industria estos últimos 10 años, se trata de un nuevo escenario, en donde los intermediarios se han reducido para facilitar la comunicación directa entre creadores, productores musicales y el público.

Con el desarrollo del Internet, la posibilidad de exponer el material artístico al mundo se ha multiplicado, y de este modo, **la actuación en vivo** ha ido retomando protagonismo, los conciertos y sus respectivas audiencias están al alza.

En los años 90' tanto la demanda como la oferta de espectáculos musicales sufrirán una inestabilidad pero a la vez, y como es de esperar, una sintonía en sus curvas de crecimiento y contracción. Éstas subirán moderadamente desde 1989 a 1994, y caerán bruscamente a partir de 1995, para crecer de manera abrupta en 1999 hasta el 2001 que caerá nuevamente. Desde el 2003 en adelante sólo se verá una tendencia al alza.⁷⁹

⁷⁹Espinoza, Felipe "La industria musical en Chile: Independientes y la era digital" S/Nº
http://www.academia.edu/4218090/LA_INDUSTRIA_DE_LA_MUSICA_EN_CHILE_INDEPENDIENTES_Y_LA_ERA_DIGITAL

Desde el 2003 se da un crecimiento en la creación de productoras capaces de realizar grandes conciertos. Además, se crea en el 2004 el Fondo de Fomento a la Música Nacional⁸⁰ estimulando la escena musical, desde ahí en adelante la oferta-demanda de espectáculos musicales se estabilizó, principalmente por la realización de una serie de grandes festivales con convocatorias masivas. Esta es una de las estrategias que han utilizado las principales productoras de eventos en los últimos 10 años: la producción de grandes conciertos, en donde agrupan muchos artistas, en su mayoría internacionales, pero también de conciertos nacionales.

Gráfico 6: Espectáculos de las grandes productoras en Chile (1992-2009)

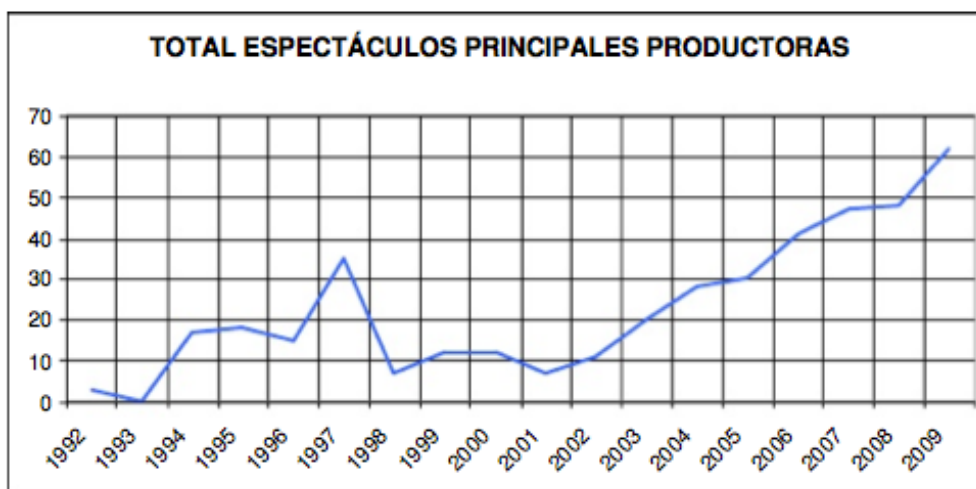


Gráfico elaborado por Felipe Espinoza a partir de los datos entregados por los sitios web de las principales productoras de eventos en Chile⁸¹

⁸⁰Fondo anual y/o semestral de financiamiento concursable promovido por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile.

⁸¹Espinoza, Felipe *“La industria musical en Chile: Independientes y la era digital”*
http://www.academia.edu/4218090/LA_INDUSTRIA_DE_LA_MUSICA_EN_CHILE_INDEPENDIENTES_Y_LA_ERA_DIGITAL

Si bien las cifras reflejadas en el cuadro anterior nos expone una realidad que muestra la transformación de un sólo sector de la industria musical en Chile, el de los grupos capaces de hacer grandes inversiones; es posible, a partir de estos datos, visualizar hacia dónde se dirigen las estrategias comerciales en torno a la música.

También podemos inferir una reacción en el mundo de los músicos chilenos, quienes pueden ver directamente afectadas sus posibilidades de acceder a este desarrollo comercial de incremento en los conciertos por la saturación de cartelera internacional, pero lejos de bajar, la demanda crece. Quizás el hecho de que los grupos extranjeros han comprendido que en las giras y el *management* esta el nuevo negocio, estimula de alguna forma el medio local y provoca mas movimiento.

Se instaure lentamente una cultura de los conciertos, masivos o no, pero de la música en vivo. De esta manera se comienza a generar un panorama en el que la venta de discos ya no se considera como el centro del negocio y el interés de las productoras y todos estos actores circundantes a la música, se vuelca sobre la generación de audiencias para los conciertos en vivo, dejando de lado de esta manera a la industria discográfica *Mayor* como aporte y permitiendo entrever que ésta fue sólo un paréntesis en la larga historia de la música.

¿Te parece que estamos en uno de los cambios mas radicales en la manera de entender la música en el ultimo tiempo?

“Sí, si tú me preguntas un paralelo entre la nueva generación musical y el movimiento estudiantil, algo tienen que ver, que es; ser de la nueva generación mas irreverente con las instituciones, y los sellos discográficos hemos sido instituciones a lo largo de los años, que hoy son miradas como una necesidad, pero no como a ese templo que hay que llegar y que si no llegas te ves frustrado. Antes, un músico si no grababa un disco con un sello su carrera la veía o auto veía como truncada, si es que no logró grabar un disco y hoy por hoy esa realidad no existe, grabar un disco está al alcance del talento.

Y después el desarrollo es trabajo, porque la rueda está inventada hace rato, la difusión la promoción, el talento y la gestión de un artista son lo que genera una diferencia, la independencia nunca es tal, digamos, hay equipos de trabajo.”⁸²

Hoy en día todos los músicos conviven en un espacio en donde son regidos por las mismas reglas. Ya pertenecer a una gran casa disquera no representa necesariamente la única manera de darse a conocer y generar contactos, las posibilidades de auto-difundirse a través de las redes permite el desarrollo de una escena musical mucho más horizontal y participativa. La creación de nuevos sellos independientes y digitales está produciendo mucho movimiento en la cantidad de música que se está creando, o quizás es un fenómeno que nace a partir de este mismo *boom* musical. Un 73% de los discos editados en Chile el año 2011 contienen repertorio inédito y un 16% se refiere a compilados. Un 6% son re-ediciones, un 2% Grabaciones en vivo y un 3% a otros.⁸³ Esto habla de una gran generación de música nueva que perfectamente puede ser entendida como un proceso en conjunto con la creación de nuevos sellos.

Las cifras procesadas por Felipe Espinoza sobre la creación de nuevos sellos demuestran una gran alza en la creación de este tipo de sociedades, sobre todo desde el 90 en adelante, pero que sigue ascendiendo desde el 2000 en adelante.

Aunque vemos que la industria se ha tenido que reestructurar, y los anteriores actores principales han tenido que buscar alianzas. La base, o como dice Silvera, *la molécula del hecho musical* sigue funcionando igual, no se puede confundir la crisis de la industria con una crisis de la música, eso es sólo un subterfugio usado para justificar una resistencia o el regreso a un sistema que en realidad no favorecía ni a los músicos, ni a los *fans*, ni a los otros intermediarios que muchas veces quedaban fuera del trato. El músico hoy en día, tiene la necesidad de salir a presentarse en vivo para poder vender sus discos y acceder a la comisión que jamás le pagarían en los 90, entonces desde ese punto de vista no hay mucha diferencia para el músico en la

⁸²Entrevista a Javier Silvera en el programa “Mesa de dialogo”

⁸³Catastro de la producción discográfica Chilena Nov 2010-nov 2011(CNCA)<http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2013/04/Estudio-produccion-C3%B3n-fonogr%C3%A1fica.pdf>

pérdida de la posibilidad de fichar en un gran sello, que si bien ofrece distribución, la que podríamos asociar a la difusión, el porcentaje de ganancia por cada disco vendido es ínfimo.

Existe entonces una reorganización de los sistemas de producción musical a nivel mundial, la que sin duda ha afectado al medio nacional, pero éste ha sabido reordenarse en función de la nueva realidad.

Ante la pregunta ¿a quién le costó más asumir los nuevos tiempos: a la industria discográfica o al artista? Javier Silvera respondió: *“La gran industria se vio afectada a una crisis mayor que el artista, porque el artista tiene algo que es relación directa, que es él, su canción y la gente, esa es una molécula en sí misma, que eso no cambia, eso sigue siendo igual, la canción y la percepción sigue siendo igual, lo que ha cambiado es el modelo de negocios y el modelo de consumo de la música y obviamente el artista muchas veces es ajeno a eso, el artista es un transmisor de arte y la industria es un vehículo de eso y con las variables que tiene, así que yo creo que ha sido mucho más duro para la industria que para el artista propiamente.”*⁸⁴

Lo que ha sucedido se explica básicamente por una reestructuración de los procesos implicados en la creación y difusión de la música, obligando a la Industria discográfica a liberar fases que estaban dominadas enteramente por un sólo actor. Así, la escena de la producción local comienza a entenderse como una red de cooperaciones, en donde el músico tiene en su poder el elegir con quien desarrollar cada parte de las acciones de su creación.

“Hoy por hoy creo que el desarrollo artístico sí necesita un gran sello, pero un gran sello no es una multinacional, un gran sello es una unidad de gestión que complemente al músico, y hay grandes sellos chiquitos. Hay unidades de gestión discográficas muy valiosas que han ayudado mucho al artista, por que el artista no puede doblarse tampoco en ser creador, armar sus propios escenarios, su propio productor, sino que hay

⁸⁴Entrevista a Javier Silvera en el programa “Mesa de Diálogo”.
<https://www.youtube.com/watch?v=iu5gWngUNmU#t=1> (Consultado en abril 2013)

un manager, un sello distribuidor, un sello fabricante, un promotor, en fin, un pequeño mundo que el artista crea a su alrededor, unidades de gestión que funcionan. Nosotros, como sello independiente generamos alianzas, hacemos alianzas estratégicas, por ejemplo, con Quemasucabeza, y con ellos trabajamos Gepe, trabajamos Pedro Piedra, que son unidades de gestión más pequeñas pero muy eficaces, y esa alianza complementaria entre ambas partes genera una sinergia mayor."⁸⁵

Es interesante por ejemplo constatar estos cambios en el medio local, analizando como se ha reorganizado el mapa en términos del peso de sus integrantes. El sello Quemasucabeza, que partió en el año 1998 fruto de la necesidad de los integrantes del grupo Congelador de producir su primer disco homónimo, fue en su inicio una apuesta independiente en términos de libertad de creación de contenidos, ya que las condiciones ofrecidas por las discográficas *Mayor* no satisfacían sus necesidades como banda. Walter Roblero, integrante del grupo Congelador hasta el día de hoy, describe de esta forma el paso hacia la autogestión que dieron muchos grupos a finales del siglo pasado:

*"A principios de los 90', se produce un boom de varias propuestas alternativas a nivel mundial, cambiando la concepción de Indie y Pop. En Chile, los sellos empezaron a indagar en el mundo de las bandas 'alternativas' y comenzaron a buscar e invertir en grupos que ellos pensaban que les iba a ir bien, a través de financiamiento de discos y financiamientos a largo plazo, pero que se cortaron al año o a los dos años, o sea, que al darse cuenta de que no iban a tener retribuciones simplemente retiraron los capitales y le cortaron la carrera a un montón de bandas, no siguieron con los proyectos, en parte también por errores en la elección de los AyR, que quizás no tuvieron suficiente ojo para elegir. Y bueno, eso hace que hartos grupos que venían trabajando en una 'volá' más alternativa, empiecen a autofinanciar sus producciones, y dentro de ese esquema, junto a varios grupos más, es que salimos nosotros como Congelador."*⁸⁶

*"Metodológicamente ingresamos al campo con una categoría perentoria, la de jóvenes "trendsetters", definiéndolos como aquellos con posibilidad de impactar en los discursos musicales contemporáneos a través de sus prácticas en diversos momentos de la producción musical (creación, producción, distribución, organización, etc.)."*⁸⁷

⁸⁵Entrevista a Javier Silvera en el programa "Mesa de Diálogo".

<https://www.youtube.com/watch?v=iu5gWngUNmU#t=1> (Consultado en abril 2013)

⁸⁶Entrevista a Walter Roblero realizada el 19 diciembre 2013, Providencia, Santiago de Chile.

⁸⁷Apuntes de la Creación, socialización y nuevas tecnologías en la producción musical.

Más adelante, a partir del éxito comercial de los artistas impulsados por el sello Quemascabeza, como Gepe, Pedro Piedra, Chinoy o Javiera Mena, éste se ha ido convirtiendo, desde hace ya unos 5 años, en el principal actor de la escena, logrando a partir de la cooperación de las partes un mayor éxito en la convocatoria a recitales, venta de discos virtuales a través de plataformas cibernéticas, o el manejo de la carrera de estos artistas. La fortaleza de este sello se basa precisamente en ser éste el manager de sus propios artistas e idear estrategias en conjunto, además de la utilización adecuada del Internet para los fines propuestos.

Las nuevas estrategias de producción son constituidas por diversas redes de cooperación y colaboración entre personas, donde el trabajo es organizado de manera eficiente para alcanzar objetivos colectivos y personales también; en un contexto de comunidad y afinidad, de relaciones de confianza. *"No trabajo para un jefe que está sentado en un sillón y al que nunca veo, sino que me siento entre amigos",* ilustra Gepe, uno de los músicos más antiguos y prestigiosos asociados al sello. *"No sé si me gustaría un lugar con más 'infra', porque nunca lo he tenido, pero aquí al menos sé que trabajo con gente que está vendiendo lo que más les gusta, que es la música. Y la ambición que se maneja está en función de mejorarla y hacerla crecer, nada más".⁸⁸*

Ellos (Quemascabeza) han trabajado mano a mano con el desarrollo de Internet y han aprovechado las nuevas plataformas para posicionar a sus artistas. Como la venta de discos físicos ha disminuido mucho, apuestan por dar a conocer a estos artistas, liberando la descarga de sus discos por un periodo, para generar audiencias y vender entradas para sus conciertos. Claramente esta estrategia les ha funcionado, ya que sus artistas han conseguido crecer en convocatoria y son muy conocidos a nivel nacional e internacional, por otro lado es en las presentaciones en vivo donde se venden los discos físicos.

⁸⁸Entrevista a Gepe en: Revista Qué Pasa. <http://www.quepasa.cl/articulo/cultura/2012/02/6-7694-9-quemascabeza-el-antisello.shtml>

La postura de los involucrados en la producción de material musical chileno, desde las grandes discografías en los 90' es muy clara y sincera, la música es aquí un vehículo más para la ganancia y es ésta la que determinará el éxito o no de una determinada expresión musical. Javier Silvera comenta, a propósito de los contratos de los sellos discográficos con sus artistas en los 60 y la forma de trabajar en su paso por Warner, *“en los años 90 fueron mejorando las condiciones contractuales entre las discográficas y el artista, ya el manager, el artista y el sello eran como un triángulo de trabajo de amor odio, había como duras negociaciones, porque había dividendos también y había inversión digamos, dineros para invertir, entonces luchar por esa porción eran arduas negociaciones, y en el dos mil la democratización de las redes y la democratización de los costos de grabar cambió un poco las reglas y afortunadamente a mi me tocó vivir esa época.”*⁸⁹

Al contrario de lo que podríamos pensar, el hecho de que en esta nueva escena más horizontal de la producción se de la posibilidad de que los sellos pequeños tengan casi las mismas herramientas para influir en el mercado musical de contenidos, se ha propiciado sin embargo la creación de música cada vez más estereotipada. Si bien por música popular podemos entender hoy en día a prácticamente cualquier estilo que represente una mayoría dentro del mercado musical, es el género *Pop*, con sus reglas y sonoridades particulares, el que representa un mayor crecimiento a nivel masivo, en desmedro de opciones musicales más arriesgadas e innovadoras.

A propósito del sello Quemascabeza en el presente, Walter Roblero, fundador, comenta: *“el sello se adaptó a una fórmula de funcionamiento de negocios y de cualquier cosa que está regida por las leyes del mercado ya no es un proyecto que uno podría pensar como contracultural o buscando una forma de salirse de los márgenes establecidos por el capitalismo, al contrario funciona con esta lógica.”*⁹⁰

⁸⁹Entrevista a Javier Silvera en el programa “Mesa de Diálogo”.
<https://www.youtube.com/watch?v=iu5gWngUNmU#t=1> (Consultado en abril 2013)

⁹⁰Entrevista a Walter Roblero realizada el 19 diciembre 2013, Providencia, Santiago de Chile

Esto habla de un gusto ya desarrollado por las audiencias, en donde la novedad sonora no es necesariamente bien recibida, un gusto ya adquirido por el oyente masivo, mediado o incluso incentivado por algún poder económico con intereses de por medio. Las *Mayor* en esta nueva situación actúan desde otras tribunas y es desde ahí que aportan su propuesta estética. Quizás en un pasado cercano, cuando todavía podían influir para generar mayores ganancias, tenían mayor importancia, pero hoy por hoy esa condición de gran multinacional o de sello “Independiente”, no parece establecer diferencias en términos de propuestas artísticas, eso da cuenta de que desde el sello *Indie* igualmente buscan alcanzar cierta llegada a públicos masivos, de esta forma el objetivo siempre se convierte en generar la mayor cantidad de ganancia, y la “independencia” no quiere decir ya autonomía estética o propuesta arriesgada.

Consultado por las consecuencias de las nuevas plataformas y los sellos independientes y su influencia en los contenidos, Roblero comenta: *“es curioso lo que ha ocurrido con los sellos independientes porque si analizas la música que generan, que sean independientes no precisamente ha influido en que haya música más arriesgada, al contrario, la escena se ha vuelto al pop de manera notoria. Ahí tienes a Francisca Valenzuela, Denver, Gepe, Fernando Milagros. Uno podría pensar que estar en un sello independiente te podría dar en términos de contenidos el hacer música más arriesgada y no necesariamente ha pasado eso.”*⁹¹

⁹¹Entrevista a Walter Roblero realizada el 19 diciembre 2013, Providencia, Santiago de Chile

B. Datos concretos sobre producción, difusión y consumo musical en Chile(2011).

Contexto discográfico Chileno

En el Chile de hoy existen diferentes enfoques y maneras de enfrentar la producción musical, desde el perfil de un productor más enfocado al manejo de artistas, o realizadores de jingles, productores que trabajan con artistas en base a pedidos(conceptos musicales requeridos), pasando por intereses asociados estrictamente a lo comercial y masivo, productores dedicados a manejar carreras de diversos artistas, hasta las autoproducciones que cubren gran parte de la realidad musical nacional, considerándose en este ítem en alza debido a los bajos costos de producción.

Son muchos los ángulos desde donde es posible acercarse al fenómeno musical y desde donde entender un poco más qué es lo que esta pasando en el panorama de la producción musical local. La presencia de los grandes sellos transnacionales ha bajado en participación hasta un 5% de la producción, sin embargo, si se trata de los músicos que históricamente han tenido mayor notoriedad y proyección internacional hasta el momento, como los son Myriam Hernández, Los Bunkers, Gondwana, Alberto Plaza, etc. De todas maneras los *Mayor* han tenido que ceder terreno y son los sellos medianos como Feria Music o los sellos de la SCD como Oveja negra y Sello Azul, quienes rescatarán la mayor parte de los artistas con creciente visibilidad en el mercado chileno, sector que ha tenido un fuerte crecimiento durante estos últimos años y ha alcanzado gran reconocimiento internacional.

Las posibilidades de los músicos de obtener dividendos a través de su arte, como también sobre las nuevas formas de difusión actuales, los lugares para tocar y el aporte público al desarrollo de la música en Chile, son parte de la realidad del creador

y del productor chileno, que además enfrentan un proceso de acomodo permanente, obligado a diversificarse en las tareas necesarias para llevar a cabo una producción.

Para acercarnos un poco más a la visión de los ejecutivos de los grandes sellos en los 90' sobre el presente de la escena musical citaremos aquí una entrevista a Javier Silvera en el programa de internet "Mesa de dialogo".

¿Cómo viste el pasado 2011 desde las filas de Feria-Music ?

*"Muy auspicioso, este ha sido un año de crecimiento, afortunadamente, de la escena chilena. Yo, obviamente, por deformación profesional siempre también mido la realidad con las ventas de discos, que es mi primera línea de batalla, y en eso acompañan las cifras de ventas de discos, con todo lo que se está hablando. Ha habido también un desarrollo de otras áreas de la música y por otro lado, hace cuatro años que el disco más vendido en Chile es chileno."*⁹²

Javier Silvera nos habla de un panorama muy positivo en términos de ventas, pero para acercarnos un poco más a la visión del creador y de las decisiones que debe tomar en el presente analizaremos algunos datos sobre la producción musical reciente en Chile.

Sobre el catastro de la discografía chilena, mencionado anteriormente, realizado por un conjunto de periodistas a partir de una petición del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes⁹³, en donde se toma una radiografía de la producción discográfica nacional (2011), podemos entender muchos aspectos de la escena de hoy en relación con los creadores y sus opciones ante esta nueva realidad.

⁹²Entrevista a Javier Silvera en el programa "Mesa de Diálogo".

<https://www.youtube.com/watch?v=iu5gWngUNmU#t=1> (Consultado en abril 2013)

⁹³Catastro de la producción discográfica Chilena Nov 2010-nov 2011(CNCA)<http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2013/04/Estudio-produccion-discografica-nacional-nov-2010-nov-2011.pdf>

C- Estudio sobre la producción discográfica en Chile 2011.

Entre noviembre del 2010 y noviembre del 2011, en Chile se publicaron 730 discos, eso habla de una escena musical sana y al alza en términos de producción. De estas publicaciones el 5% de los artistas se asoció con sellos multinacionales, un 8% con sellos ligados a la cadena FERIA Mix y a la SCD, mientras un 60% del material es editado por sellos independientes(*netlabels* incluidas 17%) y un 27% auto producido completamente, es decir, el artista haciéndose cargo de todas las etapas de la producción, esto por la accesibilidad reciente a las instancias de grabación generadas por la tecnología.

Un 55% de los fonogramas fueron producidos con un presupuesto menor a 1.000.000, así como un 41% entre 1.000.000 y 5.000.000. Luego un 3% desembolsa entre 5.000.000 y 10.000.000, finalmente un 1% gasta más de 10.000.000.

Del total de discos editados un 92% son grabados en Chile mientras un 8% es coproducido entre Chile y otros países o completamente producido en el extranjero. El hecho de que se esté generando una mayor producción de material, por una baja de los costos de grabación, sugiere una mayor diversidad de propuestas tanto artísticas como en términos de modos de fijación y de la difusión de los contenidos.

D- Difusión

Los fonogramas incluidos en el estudio están disponibles al público en cuatro formas principales: física pagada(54%), digital pagada (28%), digital gratuita (12%) y mixta(digital gratuita y física pagada, un 8%).Dentro de las ediciones digitales de música, podemos encontrar las siguientes procedencias: 39% *Netlabels*, 29% Sellos independientes,19% sellos corporativos nacionales, un 12% son autoediciones y un 1% de sellos transnacionales. La descarga gratuita es una forma de difusión creciente

y es que *“el disco ya no es el fin, sino el medio. El medio para acceder al público. Y tienen de su lado una verdad objetiva. Es cierto que no están ganando dinero por los discos, pero es igual de cierto que nunca ganaron dinero por vender discos, ya fuera porque eran músicos alternativos sin casas grabadoras, o porque eran músicos populares pero en ese caso las casas grabadoras se llevaron siempre la inmensa tajada del contrato.”*⁹⁴

De manera no excluyente, la producción de fonogramas nacional del año 2011 fue comercializada de la siguiente manera: un 61% a través del sistema de descargas digitales, un 51% se venderán en disqueras alternativas y un 44% será distribuido en los conciertos. Luego podemos ver que con un 22% de la producción se encuentra a la venta en las cadenas de la disquera nacional FERIA Mix y un 21% se venderá en las tiendas del Retail, un 7% se vende en los quioscos y un 18% en la categoría de otros. La cantidad de copias que se generarán es muy variable, pero en general ningún artista se arriesga mucho, dado que las ventas de los CD han bajado mucho y nadie quiere terminar almacenando discos en la casa. Un 30% edita entre 250 y 500 copias, un 16% entre 500 y 1.000, otro 16% entre 1.000 y 2.000, un 13% entre 100 y 250, Un 10% entre 1 y 100, Un 9% más de 10.000, un 4% entre 2.000 y 5.000, Un 2% entre 5.000 y 10.000. Claramente ese 62% que edita entre 250 y 2.000 copias es el universo de músicos independientes que están generando ediciones de acuerdo estas se vayan consumiendo, el horizonte de ventas no llega tan lejos, hoy en día el vender 2.000 copias de un disco es considerado un éxito de ventas.

De manera no excluyente también, las herramientas utilizadas para la difusión de estos fonogramas es la siguiente: 45% de los proyectos realizan un *show* de lanzamiento, un 44% difusión mediante la prensa, 43% utilizará el *single* como “gancho”, un 29% los conciertos y un 28% los videoclip. Luego, un 23% de estos

⁹⁴ www.musicapopular.cl. Netlabels; El trato es otro
<http://www.musicapopular.cl/3.0/index2.php?action=RWRpdG9yaWFs&var=MTM=>

fonogramas serán difundidos vía *merchandising* y otros. Estos son algunos de los mecanismos a los que los artistas han accedido para generar movimiento en el medio.

Los presupuestos dispuestos para la difusión de estos fonogramas se distribuyen de la siguiente manera: un 49% gasta menos de 1.000.000 y un 34% no gasta nada. Un 9% entre 1.000.000 y 5.000.000, y un 8% más de 5.000.000. Estas cifras nos hablan de un vacío en las competencias del músico con respecto a entender la importancia de la difusión y el entrenamiento comercial de éstos, falencia que en definitiva tiene mucha importancia a la hora de instalar discursos artísticos de alguna manera en la sociedad.

A propósito de las investigaciones del etnomusicólogo Rodrigo Torres sobre personajes tan importantes para la realidad chilena como lo son Pablo Neruda, Gabriela Mistral o Vicente Huidobro, el investigador reflexiona sobre la importancia de la auto difusión: *“de a poco me di cuenta que, no basta ser creador, o sea, hacer obra, sino también, el artista tiene que buscar modos de instalar la obra en el espacio social.”*⁹⁵

E- Aporte público y contexto actual

Desde el 2004 al año 2010, el Fondo de Fomento a la Música Nacional, a través de los fondos concursables del CNCA, han crecido 8 veces, de \$ 305.760 millones a \$ 2.510.625. Aun así, un 10% de los discos editados en Chile durante el año 2011 se realizó con la ayuda de los Fondos de Cultura del gobierno, mientras el otro 90% no. Esto habla de una gran proliferación de grupos nacionales con posibilidades de grabar un disco.

Aún así, los recursos que genera la economía de derechos sigue siendo superior a los fondos concursables. A pesar de que los montos asignados desde cultura para el Fondo de la Música han ido en un alza sostenida durante los últimos años, el sistema

⁹⁵ Entrevista a Rodrigo Torres 20/01/2012

de concursos, como forma de enfrentar lo que significa y lo que implica el generar arte, creo es un error, desde varios puntos de vista.

A mi parecer, la gran atracción del mundo del arte tiene relación con la generación de nuevas propuestas estéticas, como también de reciclar anteriores, existen muchas visiones de lo que es legítimo o no dentro de las expresiones artísticas, pero lo que si está claro es que el objetivo indiscutible en una convocatoria es que la diversidad sea notoria y aporte diferentes propuestas sobre diversos ámbitos del ser humano, para generar discusión, para generar riqueza cultural, para generar integración y crecimiento (una palabra que se ha entendido en un sentido erróneo hace mucho tiempo). Entonces, al poner a los artistas a competir, no por un premio, un regalo, sino simplemente por la posibilidad de sobrevivir ejerciendo el oficio propio (y 9 de cada 10 no lo logran), entonces se provocarán a lo menos dos reacciones por parte de los perdedores; o impugnar la versión ganadora o entender de que para poder, la próxima vez alcanzar el fondo, es necesario modificar la propuesta y acomodar el contenido. Esto atenta directamente contra la autonomía creativa, el desarrollo de discursos propios, la diversidad y finalmente la construcción de identidad. Además, si tomamos en cuenta que sobre la totalidad de los discos editados en el año 2011 en Chile un 31% de estas producciones son llevadas a cabo por artistas debutantes, que en el 10% del total son fonogramas financiados por el Estado, y de éstos un 76% de la grabaciones fueron realizadas por intérpretes con grabaciones previas y un 24% debutantes, podemos sugerir que desde el Fondo de la Música, se privilegia, a la hora de establecer los criterios de selección la experiencia anterior, en desmedro de propuestas emergentes que quizás podrían ser un gran aporte también desde otro tipo de consideraciones. Pero estas cifras también demuestran, por otro lado, el hecho de que el no lograr adjudicarse los fondos concursables no significa necesariamente el fin para la producción musical actual.

“La apertura de las democracias neoliberales, por último, solo significó la gruesa cooptación del campo del arte por los financiamientos estatales, creando una lógica de

clientelismo y 'arte correcto', amparado en la indiferencia por las formas, acompañada discretamente por la autocensura en los contenidos.”⁹⁶

Una economía estatal capaz de propiciar los espacios y de resguardar, a partir de una inversión pública, que contemple los ítems necesarios para asegurar la producción de la totalidad del material existente, reflejo de una realidad social o como fotografía social desde la música, parece ser un posible camino, que sugiere coherencia desde el punto de vista del creador, no así quizás para el que comercia alrededor del tema.

Existe en Chile una institucionalidad que no permite a los artistas locales acceder realmente a los beneficios que sus creaciones producen por la mediación de elementos satélite de producción, que si bien ayudan a hacer posibles muchas acciones que quizás el músico sólo no podría realizar, principalmente por parte de los manager o productoras o sellos, finalmente terminan disminuyendo cada vez más la retribución económica destinada al creador.

“En lo que concierne al circuito cultural, que está compuesto básicamente por creadores, gestores y administradores culturales, medios de comunicación, y editores, por nombrar sólo algunos —la mayoría advenedizos a los gobiernos de facto— hay que decir que se trata de una élite que no ejerce la crítica cultural en Chile, a pesar de ser un sector importante en la industria que desde la perspectiva económica cada vez tiene mayor relevancia.”⁹⁷

Como hemos podido constatar, la cultura se ha trasladado, ya hace muchos siglos atrás, desde la periferia, a establecerse en el radio de los centros de poder, es por eso que no es extraño encontrarse en el camino de un músico a un trabajo, con un intermediario, alguien que ha hecho de su ocupación el generar vínculos entre los asalariados y los contratantes, es este personaje, tristemente necesario dada las

⁹⁶Pérez, Carlos *“Arte Político y Política del Arte”* pág. 13. (consultado en julio 2013)
<http://carlosperez.cc/arte-politico-y-politica-del-arte/>

⁹⁷Patricio Olavarría Coordinador Académico Gestión, Patrimonio e Industrio Cultural U.A.H.C..

diferencias históricas que los separan de acuerdo a su rol, el que emerge a cumplir con la misión de generar la mayor cantidad de excedente, para lograr alcanzar las expectativas económicas de todos los personajes.

F- Fonogramas y distribución de derechos

Contrariamente al crecimiento de los espectáculos musicales masivos, la venta de fonogramas bajó desde el año 2000 en adelante. Entonces la mirada de los negociantes de la música se ha desviado hacia otras fuentes de retribución, los porcentajes de distribución de derechos de ejecución de los fonogramas se han mantenido bastante estables sufriendo sólo pequeñas modificaciones, entre autores nacionales(18%), editores locales(30%) y sociedades extranjeras(52%).⁹⁸ Pero serán los productores quienes entenderán mejor, que lo que resta en generación de recursos a través de la música, es el mundo de los derechos conexos, en ese sentido éstos tomarán cierta ventaja con respecto a los autores, pasando de dominar el 50% en 2003 al 58% en 2008. Las sociedades extranjeras también subirán su cuota de participación a 4%, quizás por una respuesta a la situación adversa que atraviesan en términos de ventas.

A pesar de estos cambios todavía se puede sostener que las compañías transnacionales dominan el sector en la generación de recursos, pues las cifras del INE 2003-2008 nos muestran como del total de recursos generados por conceptos de derechos, son los derechos de ejecución los que más recaudan con una participación del 74%, dejando con un 22% los derechos conexos y con un 4% a los fonomecánicos.

⁹⁸Espinoza, Felipe *“La industria musical en Chile: Independientes y la era digital”*
http://www.academia.edu/4218090/LA_INDUSTRIA_DE_LA_MUSICA_EN_CHILE_INDEPENDIENTES_Y_LA_ERA_DIGITAL

O sea que del total de recursos recaudados entre 2003 y 2008 las sociedades extranjeras obtuvieron el 42%, los editores y productores locales un 34% y los autores nacionales un 24%.⁹⁹

Conclusiones

La influencia de las transformaciones tecnológicas en el campo de la creación y producción musical, se han presentado desde el inicio de los tiempos, estableciéndolos en diferentes escenarios y roles, por una parte estrechando su vínculo con la lógica de mercado y por otro ampliándose a partir de las tecnologías actuales. Surgen desde este recorrido teórico, nuevas preguntas en relación a lo que viene hacia adelante y esta tesis busca ser un lugar que reúne los procesos históricos hasta la actualidad para visualizar la bases tanto de la creación como de la producción musical, desde la subjetividad que las origina, pasando por su capacidad de influir en el control cultural y su rol como mercancía, hasta llegar a la disyuntiva que se vive en los tiempos actuales a partir de las tecnologías, ya sea posibilitando que aficionados hagan música, liberando el acceso a través de Internet, obligando a recuperar las presentaciones en vivo, generando una necesidad por quienes tienen el afán de poder controlar este nuevo escenario y, por sobre todo, la recuperación de la autonomía del músico en relación a la creación, producción y difusión de su arte.

En la mayor parte de este trabajo se ha considerado la música como un producto, sub-producto o creación de seres humanos y no se ha considerado el hecho sonoro como posible de ocurrir sin la existencia de una persona que la cree, posea o disfrute. Esto se da porque sin esta consideración podríamos caer en la pregunta

⁹⁹Espinoza, Felipe “La industria musical en Chile: Independientes y la era digital”

sobre la existencia de la música como una forma independiente del ser, presente en la naturaleza sin la necesidad de nosotros mediarla con nuestra subjetividad, interpretación o construcción, y no es nuestra intención enfocar la atención sobre puntos filosóficos tan anteriores a la problemática atingente.

Entendiendo entonces la música como un evento que ocurre en y desde los seres humanos, que somos nosotros los que hacemos existir la música, ya sea tocándola, imaginándola, o escuchándola, somos nosotros los mediadores de la experiencia musical y de todos los procesos que se dan alrededor de ésta (en cualquiera de las formas que ésta ha tomado en la historia, en términos simbólicos y tecnológicos), y por ende toda la producción musical asociada a la creación de material sonoro entendido y valorado desde perspectivas estéticas o simbólicas, va a incorporar dentro de su estructura elementos subyacentes en la subjetividad de su interprete, que a su vez la hace materia y asigna sentido. La música y la creación de ésta sólo es posible, entonces, si hay alguien para darle forma, y en el caso de la creación del sonido es necesaria la interacción del interprete con el instrumento, como también la concepción de la misma música, que recae en la figura del "compositor".

Independientemente de las mutaciones que estos personajes hallan sufrido por los avances tecnológicos ocurridos en el ámbito de los artefactos sonoros y de las posibles formas de vivir la experiencia musical en el presente, el interprete musical va a crear, así como el oyente va a percibir la música, siempre desde su constitución emocional y condición de ser social, fruto de un contexto histórico determinante. Entonces, todas las mutaciones de este ser social serán reflejadas de una u otra forma en la creación y recepción musical.

La idea de que el músico pueda a través de su trabajo generar un excedente monetario, a su vez, **genera una desviación entre el impulso creador y el resultado**, por las posibilidades de manipulación simbólica de los discursos, o por lo menos obliga al artista a tomar una decisión estética en cuanto a la creación, lo cual es

inevitable, ya que no es sólo la industria musical, sino que es el sistema completo el que funciona dentro de esta lógica.

El concepto de que es necesario “ganarse” la vida es una construcción que determina actualmente nuestra apreciación y valoración sobre el tiempo, y en la música, como en todos los oficios, esta estructuración de la vida post-moderna va a generar una cierta tendencia a la mercantilización del rubro. Las relaciones entre los mismos músicos a la hora de definir qué, con quién o cuándo tocar, están hoy en día mediadas por la razón de la ganancia y es normal que así sea, si se observa la imagen global, pero con la problemática de que la música, sus usos y significados han sido siempre asignados desde esta dualidad entre existir como oficio, muy ligado a la idea de arte, pero también, y desde mucho antes, desde un rol socializador, creador de espacios sociales imaginarios, facilitador de la convivencia, necesario para la concepción de grupo o comunidad.

Desde esa mirada resulta muy difícil abstraerse de una realidad que se impone como única y evidente, que no da lugar a la reinterpretación de la experiencia musical, dejando fuera otros valores a los que quizás podríamos acceder si fueran también otros los usos y significados que lograran visibilizarse y tomar protagonismo en la vida de las personas. Son estos valores aprendidos los que ennegrecen y pueden enquistarse en nuestro imaginario cultural, en desmedro de otras formas de vivir las artes que muchas veces, incluso producto de un pequeño acercamiento, pueden llegar a configurar mucho sentido en su aplicación dentro de nuestros territorios dogmáticos.

A mi parecer, una de las cosas esenciales a la hora de pensar en estrategias de producción musical o maneras de llevar a cabo esfuerzos para generar una experiencia musical, es identificar primero los vicios que puede estar enfrentando el proceso de creación, que pueden tener origen en el contexto social y temporal en el que se enmarca la música, para luego encontrar convicciones propias y actuar acorde a ellas.

Pero ¿cómo se vuelve a naturalizar una actividad que está modificada en esencia por la mercantilización de las relaciones a todo nivel?, ¿cómo se ejerce un esfuerzo de producción musical (en el sentido amplio de la palabra) que permita llevar a cabo esa naturalización de la actividad musical?, ¿cómo dejar de percibir la música como un bien personal?, ¿cómo ayudar en la búsqueda de nuevas instancias de intercambio artístico, menos ligadas al intercambio comercial?

El consumo de la música ha sido entendido principalmente por su racionalidad económica, sin embargo, esta tesis propone una idea de consumo más bien enfocada en una racionalidad sociocultural capaz de reflexionar sobre la producción y distribución de bienes, a partir de un espacio de discusión creado fuera de los límites, tanto de las estructuras educativas actuales, como de las modas e imposiciones culturales. Desde este punto de vista se hace necesario buscar la manera de salir de la lógica comercial existente, e intentar llevar a cabo proyectos de producción autosustentables que no dependan en exclusivo de la generación de bienes, sino que se formen sobre equipos con convicción y compromiso político (entendiendo la política como el hacerse cargo de la realidad desde una perspectiva), e intentar llevar a cabo una red de interacciones que se encuentren fuera de las lógicas aprendidas recientemente, más cercana a las primeras concepciones de la música, para poder acceder a una idea de producción y consumo musical acorde a una idea de expresión artística más ligada a usos anteriores, que nos den una guía de otras posibilidades de aproximación al campo, fuera de los cánones vigentes que explican el consumo de la música, y por arrastre la creación musical, sólo desde una perspectiva economicista, dejando de lado otros posibles roles de la música, en donde el encuentro es esencial para entender el fenómeno artístico.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

Attali, Jacques. “*Ruidos*”, Editorial Siglo XXI, México, 2011.

Hobsbawm, Eric “*La Historia del Siglo XX*”, Editorial Planeta, Buenos Aires, 2008.

Rowell, Lewis “Introducción a la filosofía de la música”, Editorial Gedisa, Barcelona, 2005.

Bourdieu, Pierre “Las reglas del arte. Genesis y estructura del campo literario”
Editorial Anagrama, Barcelona, 2005.

García, Marisol “Canción Valiente 1960-1989 Tres décadas de canto político en Chile”
Ediciones B, Santiago de Chile, 2013.

Bibliografía en la red

Frith, Simon. “*Hacia una estética de la música popular*”
<http://sociologiacultura.pbworks.com/f/Frith.pdf>

Pelinski, Ramón. “Corporeidad y experiencia musical” Revista Trans
<http://www.sibetrans.com/trans/articulo/177/corporeidad-y-experiencia-musical>

Kaiero Claver, Ainhoa. “Creación musical e ideologías: La estética de la postmodernidad frente a la estética moderna”
<http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/5197/akc1de1.pdf?sequence=1>

Samour, Héctor “Globalización, cultura e identidad” ECA Estudios centroamericanos 2005
<http://www.uca.edu.sv/filosofia/admin/files/1290440111.pdf>

Giménez, Gilberto “La cultura como identidad y la identidad como cultura.”
<http://www.galanet.be/dossier/fichiers/La%20cultura%20como%20identidad%20y%20la%20identidad%20como%20cultura.pdf>

Joan-Elies Adell Pitarch “La música popular y la construcción de sentido”
<http://www.sibetrans.com/trans/articulo/263/la-musica-popular-contemporanea-y-la-construccion-de-sentido-mas-alla-de-la-sociologia-y-la-musicologia>

Bonfil Batalla, Guillermo. "La teoría del control cultural en el estudio de procesos étnicos"
<http://ciesas.edu.mx/Publicaciones/Clasicos/articulos/TeoriadelControl.pdf>

Chávez, Jorge. "Antología de antropología social"
<http://es.scribd.com/doc/25317915/antologia-antropologia-social>

Alabarces Pablo. "Música popular, identidad, resistencia y tanto ruido (para tan poca furia)"
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82201207>

JulianWoodside Wood, Claudia Jiménez López, Maritza Urteaga Castro Pozo.
"Creatividad y desarrollo: La música popular alternativa." Ediciones Germania, Madrid 2011.
<http://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2014/08/A165.pdf>

Cruces, Francisco. "Niveles de coherencia musical. La aportación de la música a la construcción de mundos"
<http://www.sibetrans.com/trans/articulo/225/niveles-de-coherencia-musical-la-aportacion-de-la-musica-a-la-construccion-de-mundos>

Woodside, Julian, "El gusto en México, Sobre la distinción y la identidad nacional a partir del plano de lo musical."
http://www.academia.edu/3635986/Woodside_J._2013_.El_gusto_en_Mexico._Sobre_la_distincion_y_la_identidad_nacional_a_partir_del_plano_de_lo_musical

Bourdieu, Pierre "La sociología de la cultura"
<http://www.gisxxi.org/wp-content/uploads/2011/04/LA-SOCIOLOG%C3%8DA-DE-LA-CULTURA.pdf>

Pérez, Carlos "Arte Político y Política del Arte"
<http://carlosperez.cc/arte-politico-y-politica-del-arte/>

Mosquera, Luz "Consumo cultural y creación musical juvenil: el caso del grupo musical Alto Volumen"
<http://proyectos.javerianacali.edu.co/proyectocomuna15/ponencia1.pdf>

Creación musical, redes e internet 2.0
http://media.julianjaramillo.net/static/textos/Creacion_Musical_Redes_e_internet_2.0.pdf

Israel V. Márques “Hiper música: la música en la era digital”

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82220947003>

Lasén, Amparo; Fouce, Héctor “Música, Tecnologías y Creatividad” Presentación del dossier.

<http://estudiosterritoriales.org/articulo.oa?id=82220947001>

El género musical en la música popular: algunos problemas para su caracterización, Juliana Guerrero

<http://www.sibetrans.com/trans/articulo/412/el-ge-nero-musical-en-la-mu-sica-popular-algunos-problemas-para-su-caracterizacio-n>

Espinoza, Felipe “La industria de la música en Chile: Independientes y la era digital”

http://www.academia.edu/4218090/LA_INDUSTRIA_DE_LA_MUSICA_EN_CHILE_INDEPENDIENTES_Y_LA_ERA_DIGITAL

Catastro de la producción discográfica Chilena Nov 2010-nov 2011(CNCA)

<http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2013/04/Estudio-producci%C3%B3n-fonogr%C3%A1fica.pdf>

La industria musical; Hacia un nuevo equilibrio. Francisco Parker, Pedro Hurtado

http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2009/ec-franetovic_p/html/index-frames.html

Conducta del consumidor y piratería en la industria musical

http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2007/garcia_f/html/index-frames.html

La bicicleta, el canto nuevo y las trampas de la disidencia. Música popular, juventud y política durante la dictadura en Chile 1976-1984. Javier Osorio Fernandez

http://www.ncsu.edu/acontracorriente/spring_11/articles/Osorio.pdf

Historia social de la música popular chilena 1890 1950 Santiago Aránguiz

http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0716-27902006000100005&script=sci_arttext

Productora Conciencia: Propuesta de producción musical en la región de Valparaíso. Aldo Sandoval

http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2010/ar-sandoval_a/html/index-frames.html

Rodrigo F. Cádiz, "Creación musical en la era postdigital, Musical Creation in the Post-digital Era."

http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-71812012000200023&script=sci_arttext

La tecnología digital y su influencia sobre la música, Osvaldo Burgos

<http://www.osvaldo.com/blog/?p=3>

Quemasucabeza: El antisello, Marisol García, revista Que Pasa

<http://www.quepasa.cl/articulo/cultura/2012/02/6-7694-9-quemasucabeza-el-antisello.shtml>

Chile, Paraíso Pop, Iñigo

Lopez. <http://www.musicapopular.cl/3.0/index2.php?action=RWRpdG9yaWFs&var=MTk=>

Netlabels; El trato es otro

<http://www.musicapopular.cl/3.0/index2.php?action=RWRpdG9yaWFs&var=MTM=>

Nuevos modelos de negocios en la música, en constante transformación

http://madrid.sae.edu/es/news/15928/SAE_Session_-_Nuevos_modelos_de_negocio_en_la_m%C3%BAsica,_en_constante_transformaci%C3%B3n

Mesa de dialogo- Javier Silvera

<https://www.youtube.com/watch?v=iu5gWngUNmU#t=1>

Tecnologías del sonido

http://oretano.iele-ab.uclm.es/~jmlova/Archivos/IIA/Archivos/IIA_Sonido.pdf