



**Del play al click:
La evolución de la producción
en la música popular chilena**

Autores:

Claudio Peña Valenzuela
Giselle Plaza Contreras
Claudia Tapia Ibarra

Profesor guía:

Rodrigo García Núñez

Reportaje para optar al título de Periodista
Tesis para optar al Grado de Licenciado en Comunicación Social

Santiago, enero 2018.

Del play al click: La evolución de la producción en la música popular chilena

La creación musical, como toda expresión de arte, ha experimentado una serie de transformaciones. Desde que se gestó como negocio en su faceta popular, de la mano de la industrial del entretenimiento, hasta la digitalización. Siendo este último avance, el mayor desafío, tanto para creadores, intérpretes, productores y consumidores.

Para comprender esta evolución, es necesario relatar cada etapa en la producción, grabación, difusión y comercialización en la historia de la música popular, con sus causas y efectos, tanto en Chile como en el mundo.

En el año 2014 y según relata el sitio web Guioteca.com, un hombre de unos 40 años, de la mano con el canal de *YouTube Fine Bros*, se dió cuenta de una situación. Tomando en cuenta que la asimilación de la tecnología actual por los niños y adolescentes es prácticamente innata (la mayoría no tiene problemas en manejar pantallas táctiles o smartphones) se hizo la siguiente pregunta ¿qué pasaría si los niños del siglo XXI se enfrentaran a los viejos dispositivos analógicos?

Para ello se hizo un experimento excepcional: Se les mostró a un grupo de jóvenes y niños, de entre 8 y 14 años un personal estéreo. Como ya se dejaba entrever, la mayoría de los menores no tenían idea para qué servía el aparato, miraban el artefacto como si fuera de otro mundo y los que intentaron adivinarlo tampoco acertaron. Entre risas y miradas extrañas, los niños trataban de adivinar, todos errando en sus respuestas: “¿Es un teléfono?”, “¿un *walkie-talkie*?”, “¿O es una grabadora?”.

El responsable de la prueba les comenta que el artefacto se llama *Walkman*, el que fue creado por la empresa tecnológica japonesa Sony, en 1979, y que sirve para escuchar música. Los niños miraban asombrados el artefacto, mientras el hombre procede a entregarles unos *cassettes*, mencionándoles que en ellos se encontraba la música. Estos trataban de introducirlos sin éxito.

Además, como no comprendían su funcionamiento, se molestaban en que se debía esperar tanto para escuchar una canción. Aunque sí se manifestaron bastante sorprendidos que la gente en los años 80' pudiera salir a la calle con ellos, porque "necesitarían un bolsillo demasiado grande".

Sorprendentemente, en pocos años, la revolución de lo digital y principalmente internet, se introdujo en todos los aspectos de la vida actual, tanto a nivel general: político, social, científico, industrial, cultural, económico, hasta lo más particular, transformando hábitos en cómo se desenvuelven las personas, desatando cambios trascendentales que se van continuamente modificando y ajustándose a los requerimientos del presente.



La forma de grabación analógica se mantuvo inalterable por muchos años, así también como operó la industria de la música, la que obtuvo grandes ganancias económicas. Fuente: eitb.eus (internet)

En el ámbito del entretenimiento, lo digital ha irrumpido de tal forma que ha cambiado a toda una industria que, hasta hace algunos años, se mantenía inalterable en su forma de operar y que se adjudicaba ser un sector de grandes ganancias económicas. Este cambio hizo que el negocio tambaleara y que a su vez, los propios artistas tuvieran el control de sus propias carreras, algo impensable años atrás.

El productor musical de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano, Ramiro Durán, en su tesis *Creación musical y transformaciones tecnológicas: Un aporte a la discusión sobre la producción musical en Chile hoy*, opina sobre el panorama tecnológico actual que desafía a la música: “El mundo de los músicos y productores musicales se ven actualmente enfrentados a nuevos desafíos en términos de crear y difundir, debido a la entrada de nuevas tecnologías y cómo estas han determinado las reglas, en el campo de la música y su socialización por los creadores”.

En una conferencia de prensa realizada en Montevideo, Uruguay, el año 2002, el renombrado músico argentino, Charly García daba una visión crítica de cómo la nueva forma de hacer música que comenzaba a instalarse, perjudicaba la manera

“Para mí la música es: melodía, armonía y ritmo, y lo que hay ahora es sólo ritmo, le faltan la armonía y la melodía... en eso hay corrupción en la música” (Charly García)

clásica de realizarla: “Ahora los discos se hacen como si fueran... En una oficina (realiza movimientos mecanógrafos)... y la batería la saco de este disco... qué sé yo. A la música eso mucho no le hace bien (...)”.

Incluso, con duras palabras el mencionado artista se refiere a quienes realizan música bajo las nuevas perspectivas y tecnologías: “El tipo que

hace un conjunto o lo que sea, porque es lindo, o porque baila bien, y no sabe un carajo de música... Lo que pasa es que no escuchamos hoy música, escuchamos basura”, enfatiza.

Para hablar de todos estos cambios producidos en la escena musical, es necesario explicar y entender el mundo que lo precedió: lo análogo, algo que quizás en el mundo moderno de hoy, dominado por internet, ya no es tan apreciado y que sin

lugar a dudas, ha establecido una brecha generacional enorme entre artistas, productores, sonidistas y expertos provenientes del ambiente análogo. Éstos han tenido que adaptarse a las nuevas formas de producir música en todos sus aspectos, versus artistas y otros nacidos en la era digital cuya forma de trabajo es totalmente diferente al de antaño.

Sin embargo, este fenómeno debe tratarse en conjunto con la masificación de la música popular. Entendiéndose ésta como aquella que comprende a un grupo de géneros musicales cuya particularidad es que resultan atractivos para el público general. Independiente de un país y/o nación, la que es distribuida, comercializada y difundida a través de la industria discográfica de la correspondiente región y que en definitiva satisface los gustos de la gran masa.

En otras palabras, la música popular es aquella que agrupa a un sin número de géneros musicales, los que tienen como característica principal el ser de un gran atractivo para el público masivo, debido a que es mas asequible en términos de composición y musicalización, lo que la hace mucho mas llamativa y pegadiza que otros ritmos más ligados a una región, localidad o grupo humano determinado. Además de ser producida por la industria discográfica, lo que implica su comercialización.

Esta rama de la música encierra a lo largo de su historia dos aspectos fundamentales: El vínculo intrínseco con la transmisión oral al grabarse una determinada versión de una canción, la que traspasa a distintas generaciones, y segundo, al quiebre cultural de un territorio determinado, ampliando influencias en las creaciones musicales y artísticas en general.

Asimismo, este concepto de música debe relacionarse con la llamada industria musical, definida como el entramado necesario para generar productos musicales, para luego ser comercializados a través de diferentes plataformas, asociadas a la vida urbana y principalmente, a los medios de comunicación masivos en general.

Todo aquello, con las tecnologías en constante evolución, aplicadas a las características de la música popular, hizo de ésta, una industria potente y pujante

La música popular aquella que comprende a un grupo de géneros musicales cuya particularidad es que resultan atractivos para el público general. Independiente de un país.

que se mantuvo intacta por casi 50 años, marcando a varias generaciones de jóvenes en el consumo de la música. Desde los distintos dispositivos análogos que se fueron sucediendo – con su respectivo costo monetario – hasta la irrupción de, con sus aplicaciones digitales para reproducir sin costo cuando y donde se desee.

Desde sus inicios, la música popular también se ha apoyado en los medios de comunicación masiva (radio, cine, televisión) como parte de estrategia de influencia en las masas, principalmente en la radio, produciendo nuevas formas de consumo de la música que fueron moldeando los gustos de los integrantes de la sociedad. Sumado también al nacimiento de la cultura del ocio y del tiempo libre, lo que provocó una verdadera transformación en la cultura occidental y que repercutiría en la forma de hacer y escuchar música.

En Chile, poco a poco los cambios comenzaron a producirse. Valeria Solís, periodista de la Universidad Diego Portales y escritora, cuenta en su libro *Suena Desafinado, tomando el pulso a la industria de la música en Chile* que: “En un principio, los músicos chilenos comenzaron a acercarse al público a través de los grandes bailes en clubes sociales junto con la conformación de grandes orquestas, algo que se tradujo en trabajo concreto y relativamente estable para los artistas, además de conllevar cambios culturales y sociales para la comunidad”. En este sentido, la democracia nacional y el consumo cultural de la emergente clase media – factor clave en el surgimiento de la masificación musical- ayudaron a consolidar la música popular al incorporarla a su vida cotidiana.

Un aspecto fundamental en todo lo que involucra la industria musical, es el tema de la producción musical. En Chile tuvo su despegue a inicios de la década de los 50' y 60'. Las dos grandes compañías discográficas transnacionales – RCA Víctor y EMI Odeon – ya habían cimentado en el país las bases de una industria que veía

un futuro esplendor en la producción de artistas nacionales que tuvieron un éxito en el extranjero, como fue el caso de Lucho Gatica, sumado a la aparición de otros que, influenciados por los estilos musicales del primer mundo, particularmente EE.UU, quisieron de alguna manera replicar la moda musical de los países anglosajones en el país.

A poco andar, con la presencia de empresas discográficas y la profesionalización del trabajo radial, ayudaron paulatinamente a masificar la música grabada y que los artistas se dieran a conocer en espacios cerrados, llegando a miles de personas a través de la transmisión de espectáculos en vivo por una parte, y de la venta de discos por otra, dando así las pautas a un nuevo tipo de consumo.

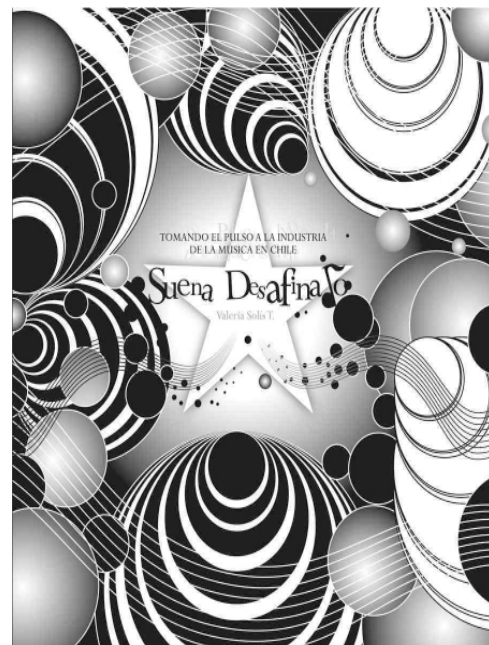
Cabe destacar que toda esta escena musical también se vio beneficiada con el mejoramiento del sistema de captación y amplificación sonora en los procesos de grabación de discos, arraigando aún más un fenómeno que sería clave en la producción musical y que dominaría la segunda mitad del siglo XX: El sonido grabado en un formato reproducible y escuchado en casa.

La naciente escena musical chilena

Después de la Segunda Guerra Mundial (1939 - 1945), el mundo del entretenimiento y particularmente la música, experimentaron cambios en muchos aspectos. Comienza la hegemonía norteamericana, con su sello de



La periodista, Valeria Solís
Fuente: El Periodista



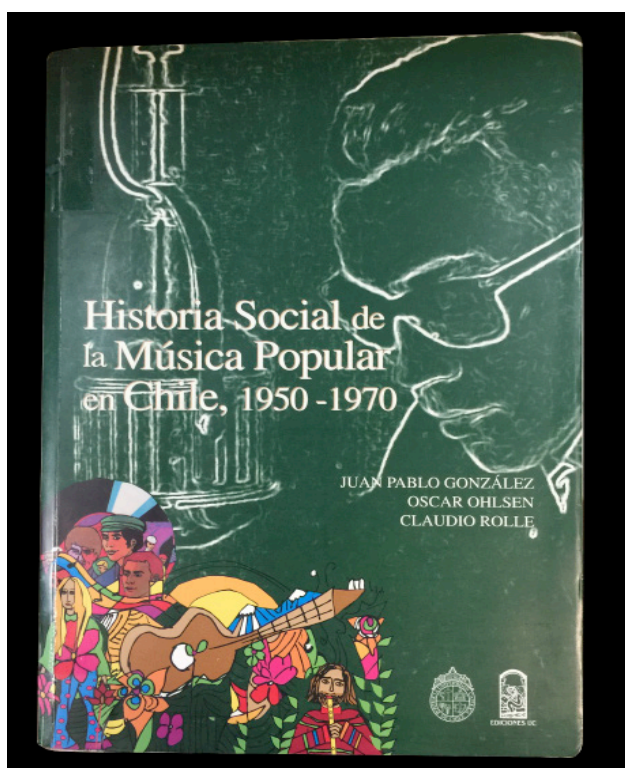
La relación de la música con cambios culturales y sociales de la comunidad, se tradujeron en un primer momento, en el acceso y consumo masivo de las creaciones musicales.
Fuente: Coctel de estrellas blogger (internet)

innovación en la oferta de tendencias en cuanto a la producción, distribución y consumo de la música.

La aparición y posterior masificación de la televisión, que junto con la radio, llevaron a su máximo apogeo la integración de la cultura de masas, naciendo un fenómeno global que perdura hasta el presente. El profesor e investigador del Instituto de Música de la Pontificia Universidad Católica de Chile y Doctor en Musicología de la Universidad de California, Juan Pablo González, lo menciona en su libro *Historia Social de la Música Popular en Chile*: “El nacimiento del estatuto de ‘La estrella de la canción’, transformando a artistas musicales en ídolos juveniles, dando pie a formas particulares de adhesión a éstos, expresándose en los *fanclubs*, colecciones de autógrafos, etcétera”.

En esa misma idea, el productor musical Ramiro Durán en su tesis *Creación musical y transformaciones tecnológicas: Un aporte a la discusión sobre la producción musical en Chile hoy*, comenta al respecto: “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”.



El surgimiento de los medios de comunicación, ayudaron a la masificación de la música, naciendo un fenómeno global que perdura hasta el presente.

En Chile, pese a la lejanía de los grandes centros industriales, la precipitación de los adelantos tecnológicos ligados al mejoramiento de los sistemas de registro y reproducción sonora se manifestaron a comienzos de la década de los 50', teniendo un mayor impacto con la irrupción de la juventud como un nuevo segmento de consumo de discos y aparatos de reproducción. Quienes fueron influenciados directamente con las revoluciones contraculturales de la posguerra, entre otras manifestaciones, lo que brindaba un buen panorama de la escena musical.

La ciudad de Valparaíso sería clave en el surgimiento y auge de las nuevas tendencias musicales surgidas principalmente de EE.UU y Europa. Para conocer más del contexto que se vivía en el país en ese entonces, Cristóbal Chávez, sociólogo y periodista de la Universidad de Chile, relata la importancia del *puerto* como epicentro de la nueva tendencia musical: “Uno de los grandes centros musicales del país fue la capital de la V Región, ahí llegó primeramente toda la música, puesto que estaba la conexión con los marinos mercantes, a raíz de eso, las grandes radios de la ciudad fueron las primeras en reproducir la música de consumo masivo, por eso fue allá el auge del *rock n' roll*, porque allá llegaron los primeros vinilos de Chuck Berry, de Little Richard, etcétera”.

“El *rock n'roll* se manifestaría en Chile de una manera bastante particular, posicionándose como un movimiento de alto impacto en la que se versionaban en español éxitos de cantantes de rock norteamericanos y artistas pop de Europa, principalmente italianos. A esta nueva corriente se le denominó ‘La Nueva Ola’. Similares manifestaciones surgirían en otros países sudamericanos como en Ecuador, Uruguay, Perú y Argentina”, puntualiza.

El especialista comenta que la introducción de esta nueva tendencia musical no hubiera sido posible sin la ayuda de la radio. Destacándose entre ellas: La Radio Valentín Letelier y la Radio de la Universidad de Valparaíso, las cuales poseían los primeros registros radiofónicos que fueron clave en el surgimiento de dos corrientes, que serían trascendentales en la historia de la música popular chilena: La ya mencionada *Nueva Ola* y *La Nueva Canción Chilena*.



Valparaíso fue clave en la llegada de nuevas tendencias musicales surgidas principalmente de EE.UU y Europa.
Fuente: Memoria Chilena.

La *Nueva Ola* chilena vino a refrescar de una u otra manera la escena artística nacional. Claudio Gajardo, profesor de música de la Universidad de Chile y musicólogo de este período, relata el origen y contexto del movimiento: “La *Nueva Ola* chilena partió en el años 60` cuando Peter Rock graba el single ‘*Baby I don`t care*’, un cover de Elvis Presley por la RCA Victor, tendiendo un gran éxito. El tema fue producido por Camilo Fernández, periodista y hombre de radio, a quien le gustaba la música de Elvis y el *rock and roll* norteamericano, junto con el ingeniero en sonido Luis Torrejón. Peter fue el primero en Chile que comenzó a tocar este tipo de música en los bares de Valparaíso, después en Santiago y que le gustó mucho a la gente”, narra.

El profesor Gajardo es un apasionado por la época del *rock and roll*. Ha escrito ensayos y documentos de carácter investigativo sobre el tema. Con mencionar

“La Nueva Ola chilena partió en el años 60`s cuando Peter Rock graba el single ‘*Baby I don`t care*’, un cover de Elvis Presley por la RCA Victor, teniendo un gran éxito”. (Claudio Gajardo)

además que su trabajo no solo implica la teoría, sino que también lo ha llevado a la práctica, formando grupos de rock and roll, manteniendo su pasión musical en todos los aspectos.

“Ya por el 62’ -agrega Gajardo- sumando al éxito de Peter Rock y con la euforia provocada por ‘*El rock del mundial*’ de Los Ramblers, comenzaron a aparecer en las ciudades de Chile, jóvenes que tenían ganas de hacer rock and roll en el país. Entonces Fernández y Torrejón se dieron cuenta de que había algo aquí, hay algo que les pudo permitir hacer movimiento discográfico... sin lugar a dudas ellos fueron el cerebro del movimiento”.

La periodista, Valeria Solís, en su libro *Suena Desafinado*, agrega a esta información que: “En 1959 esta dupla (Fernández y Torrejón) decidió asociarse con el objetivo de grabar canciones en inglés y fue Peter Rock el escogido para ser el primer rostro de este vuelo *rockanrollero* nacional. Otro productor musical destacado de la época y que fuera la competencia más clara de Fernández fue Antonio Contreras, quien edita las primeras grabaciones de Buddy Richard”.

Cristóbal Chávez también destaca la importancia del movimiento, argumentando



Claudio Gajardo, profesor de música de la Universidad de Chile

que: “Aquí en Chile, el primer gran movimiento musical que la *rompió* fue la Nueva Ola, surgida a finales de los 50’ e inicio de los 60’. Ellos revolucionaron la industria. Con esto aparecieron las primeras revistas dedicadas a la juventud, como *Ritmo* o *El Musiquero*. A eso se suma la televisión que apareció a mediados de los 50’ y que giraba en torno a esta corriente, visibilizando a aquellos artistas más exitosos. Por eso no es casualidad que Buddy Richards haya sido el primer artista en grabar en esa época, gracias a sus apariciones en televisión. Y ahí se ve la relación, la importancia de un movimiento”.

La otra gran incursión extranjera en la escena chilena la describe Gajardo, cuando narra la aparición de The Beatles en los Estados Unidos y en Latinoamérica: “Con aquella irrupción comenzó en Chile el surgimiento del segundo movimiento de rock nacional, influenciado principalmente por The Beatles”. Sin embargo, estas

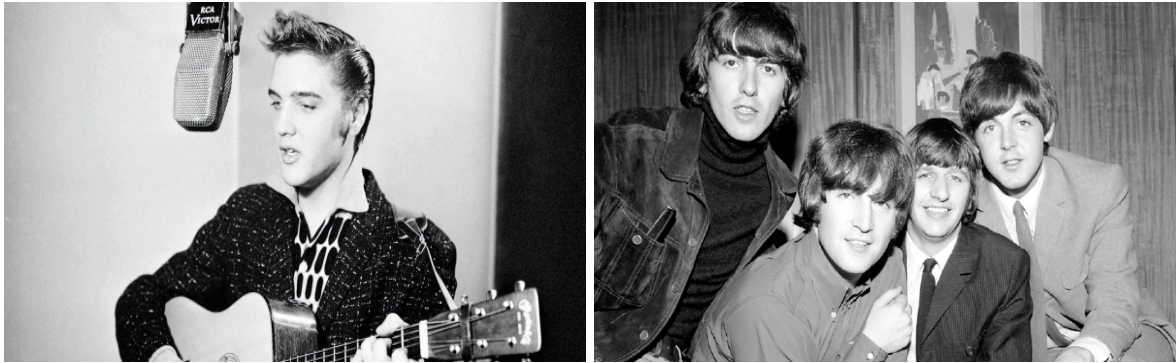


Ritmo y El Musiquero se transformaron en las publicaciones obligadas de la juventud de los 60', a la hora de informarse sobre las nuevas bandas musicales nacionales e internacionales.
Fuente: Memoria Chilena

bandas chilenas que hacían rock británico los metían en la misma bolsa con la *Nueva Ola*, solo porque eran jóvenes *nomas*. Pero uno se da cuenta que habían diferencias... de estilos, imagen y en lo demás”.

“Las bandas chilenas que hacían rock británico tuvieron un público muy pequeño... de Plaza Italia hacia arriba, por la sencilla razón de que la gente que le gustaba la música de The Beatles era ese tipo de persona, porque en las poblaciones se escuchaban cumbias y ritmos latinos, por el asunto de la barrera idiomática y también porque la música anglo iba, y sigue yendo, hacia un estrato social más alto que el español, algo que la Nueva Ola chilena logró penetrar en las clases más populares al interpretar canciones en español”, asevera.

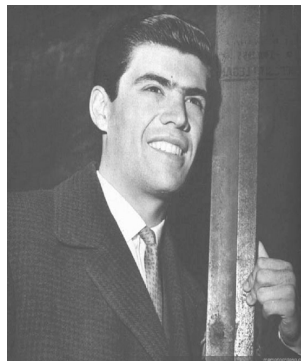
Con el auge de la Nueva Ola, los grandes sellos multinacionales descubrieron que el nicho de la música en inglés – principalmente el *rock n´roll* – podía ser llenado con artistas nacionales que versionaran en español aquellos éxitos de artistas anglos que estaban lejos de presentarse en Chile, además de romper la barrera



El rock and roll de los años 50' y 60' revolucionó la forma que hasta ese entonces se estaba haciendo música, convirtiendo a los artistas en verdaderos ídolos de la canción. Fuente: Internet

del idioma y llegar a una audiencia más amplia. Artistas como Peter Rock, Cecilia, Buddy Richard, Gloria Benavides, Luis Dimas, Fresia Soto, José Alfredo Fuentes,

Los Bric a Brac, Los Carr Twins, entre otros, triunfaban en las principales emisoras radiales, algunos versionando en español éxitos anglos de artistas como Brenda Lee, Paul Anka y Elvis Presley. Otros en cambio, interpretaban sus propias composiciones.



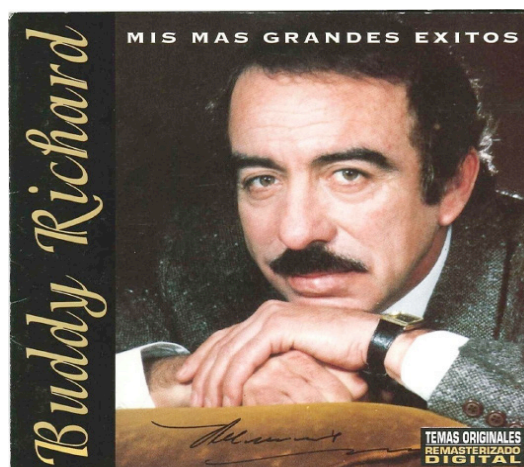
Larry Wilson.

Para el periodista, docente y destacado hombre de radio, Luis Antonio Gamboa, el idioma fue la clave del éxito de la Nueva Ola: “Hubo un problema súper grave de la parte anglófona, todos querían cantar en inglés, porque era lo que pegaba. Pero, no era asequible a todos, de manera que versionarlos al español fue una buena estrategia”.



The Carr Twins

“En los años 60' el rock and roll dominaba toda la escena musical mundial junto con la música pop europea, movimiento que también fue fuerte en Chile (...) de manera que había una competencia paralela, entonces para apoderarse de los mercados latinos, los europeos – especialmente los italianos – grababan todas sus canciones en español y ¿cuál era la plataforma que ellos tenían para darse a conocer?, el Festival de San Remo”, señala.



Artistas como Cecilia y Buddy Richards se transformaron en ídolos juveniles al interpretar canciones de su propia autoría, sin la necesidad de versionar en español éxitos angloparlantes. Fuente: Internet

Gamboa es profesor de castellano y periodista, comenzó su carrera en Radio Nacional de Chile en la década del 70', destacándose como locutor radial por varios años en la frecuencia AM como en FM.

Posteriormente, pasó a la televisión haciendo continuidad en canales como Canal 11 – hoy Chilevisión –, Mega y La Red. Actualmente, continúa en Mega e imparte clases en Universidad de Santiago y Universidad Bernardo O'Higgins.

“San Remo – continúa Gamboa – era nutriente de cantantes. Por ejemplo estaban Michele Scommegna más conocido como Nicola Di Bari, Iva Zanicchi, Lucio Dalla, Gianni Morandi... Podría nombrar una cantidad impresionante que fueron primeras figuras, Nico Fidenco, etc. Esos competían directamente con los de habla inglesa. De estos últimos habían muchos, ¡miles! Pero los que tuvieron éxito en Chile fueron, por ejemplo, Elvis Presley, Brenda Lee, Bill Haley, Chuck Berry, entre otros”.

Ante este prolífico escenario internacional, Claudio Gajardo comenta cómo los músicos chilenos se sumaban a la vanguardia e interpretaban sus canciones en las plataformas disponibles: “Los artistas en esos años cantaban en la radio



El locutor radial y periodista, Luis Antonio Gamboa

totalmente en vivo, éstas tenían sus propios estudios y auditorios para el público, las personas que tenían equipos receptores en sus casas escuchaban al artista en vivo. Con el tiempo, las radios comenzaban a pagarles a sus artistas por estas presentaciones, a lo que también se iniciarían quiebres entre las emisoras por poseer a estos artistas, a lo que se sumaban los auspiciadores quienes también se metían en la pelea. En definitiva todo se estaba transformando en un gran negocio”.

“Muchos de ellos llegaron a traspasar fronteras como Cecilia que llegó a ser conocida en España; Ginette Acevedo y Pedro Mesone en Argentina, entre otros, logrando el éxito que había tenido Lucho Gatica en México en los años 40’ ”, concluye Gajardo.

No obstante, el éxito de esta corriente musical no significó que no fuera objeto de

“Los artistas cantaban en la radio totalmente en vivo. Estas tenían sus propios estudios y auditorios para el público...Con el tiempo, las radios comenzaban a pagarles a sus artistas por estas presentaciones... En definitiva, todo se estaba transformando en un gran negocio”(Claudio Gajardo)

críticas. El hecho de cantar ritmos extranjeros, de otros artistas, en lengua inglesa e incluso nombres artísticos foráneos, implicó que la Nueva Ola muchas veces fuera identificada como un movimiento extranjerizante, y que se alejaba de la tradición musical nacional y que, por lo mismo, iba en desmedro de ésta.

Paralelamente a la Nueva Ola, se desarrolló otra corriente, el Neo

Folclor, quizás menos difundido que el primero, pero con una tradición musical mucho más apegada a la realidad nacional, trayendo el sonido característico del campo chileno a la ciudad, algo así como una migración campo-ciudad pero desde una perspectiva musical.

Claudio Gajardo y Cristóbal Chávez cuentan que muchos de los artistas de esta apuesta fueron alistados también por el productor musical, Camilo Fernández, y algunos de ellos traían una propuesta más bien folclórica como fueron: Los de Ramón, Los Huasos Quincheros, Las Cuatro Brujas, entre los más representativos.

Al mismo tiempo que el Neo Folclor se desarrollaba, otra corriente musical confluiría con las anteriores formando un crisol artístico en el panorama cultural chileno. Este último movimiento más allá de irrumpir el mercado de la música, iba más por un lado de conciencia social, con canciones llenas de un mensaje sociopolítico dirigido a sensibilizar a la gente, con los cambios socioculturales y políticos que se estaban produciendo en Latinoamérica y que buscaban reconocerse desde el mundo rural o del imaginario poético de Chile; eran artistas que querían mostrar con sus canciones un Chile soterrado, marginal, de las esperanzas y de las reivindicaciones de un país que hasta ese momento había invisibilizado a un sector importante de la población.

Este movimiento se denominó *Nueva Canción Chilena*, teniendo a Víctor Jara, Violeta Parra, Patricio Manns, Rolando Alarcón, Quilapayún e Inti-illimani como sus principales exponentes. Valeria Solís cuenta la fusión de estilos que los destacaba: “Los artistas de la Nueva Canción Chilena respondían a influencias de diversos estilos de raíz folclórica del país y de Latinoamérica”.

“Esta fusión de sonidos chilenos y latinoamericanos como los desarrollados por grupos como Quilapayún e Inti-illimani, son los más característicos de esta corriente – prosigue Solís – estos, yendo más lejos, también integraron en sus filas a representantes de la música formal como Luis Advis o Sergio Ortega, los que cambiarían las armonías, incorporando nuevos instrumentos; todos con una carga ideológica más o menor común que los hizo trascender en el tiempo y el espacio”.



En un principio, los artistas transmitían y se presentaban en vivo por la radio, práctica que se mantuvo por muchos años en la escena nacional.



La Nueva Canción Chilena, respondía a influencias folclóricas nacionales y latinoamericanas, tendiendo a Víctor Jara y Violeta Parra como sus máximos exponentes.

Mención aparte es la de destacar la figura de Violeta Parra, quien junto a Víctor Jara se transformarían en el emblema de la corriente. Ambos verían sus vidas truncadas, la primera por suicidio en 1967 y el segundo asesinado por el Régimen Militar en 1973, pero sus obras se han mantenido intactas con el paso de los años y han servido de influencias a artistas nacionales y extranjeros.

Sin embargo, Violeta Parra no obtuvo un éxito nacional inmediato. Valeria Solís detalla que: “Pese a lo maravillado que mantuvo al viejo continente donde vivió durante décadas, Parra no tuvo un reconocimiento artístico masivo en Chile hasta muchos años después, dedicando sus últimos años al cuidado y mantención, casi en solitario, de una carpa en la comuna de La Reina, donde apenas lograba convocar al público nacional, complementando su música a un arte de dibujos o tejidos de arpilleras multicolores. Desde su curiosidad y humildad iba rescatando, aldea por aldea, las tradiciones orales y musicales de Chile, dando pie a un nuevo tipo de folclor”.

Otro artista que Solís destaca de *La Nueva Canción* fue Rolando Alarcón, quien fue líder de la banda *Cuncumén*, siendo su canción *Si Somos Americanos*, la obra más importante de la agrupación y que se transformaría en una especie de himno para la posteridad. Tres años después, Alarcón formaría su propio sello discográfico,

grabando su última producción en 1972. El artista muere en 1973 debido a un paro cardíaco, dejando su sello en los arreglos instrumentales, un legado que influye hasta la actualidad.

Valeria Solís no olvida en su libro a Víctor Jara: Profesor, actor y director de teatro, que formó parte de una de las más importantes generaciones universitarias del teatro nacional. Pero, Jara no sólo traspasó fronteras en las artes escénicas, sino también por la música, siendo quizás, este camino el que permitió que fuera masivamente recordado. Su música cargada de sentido social, lo vinculó directamente a los movimientos políticos, principalmente ligados a la Unidad Popular que lo llevó a recorrer el país dentro del marco de la campaña presidencial de Salvador Allende. Sin dejar su actividad como director teatral.

Finalmente, a comienzos de los años 70', aparece otra corriente musical protagonizado por jóvenes *coléricos* que se empatizaron con temáticas relacionadas a la incipiente ecología, espiritualidad, existencialismo o sicodelia nacida de la revolución hippie norteamericana y de protesta contra la Guerra de Vietnam y el capitalismo estadounidense, cuyos ideales se mezclaban con los de *La Nueva Canción*.

Entre ellos se destacan: Los Jaivas, Los Blops, Trapos, Vidrios Quebrados, Escombros, Tumulto, Aguaturbia y Arena Movediza. Muchos de ellos provenientes de sectores acomodados de Santiago, en donde realizaban sus presentaciones. Mientras unos tocaban en el Parque Forestal, los otros se tomaban las calles de Providencia para realizar recitales espontáneos a la juventud *hippies* local, siendo el mas trascendental de todos ellos, el mítico Piedra Roja, donde se reunió casi toda la escena rock nacional de aquel entonces. Este movimiento nace casi como una derivación de La Nueva Canción Chilena, pero sin la connotación política y social.

Según Solís, todas estas corrientes, dispares entre sí, confluyeron en un Chile que se veía inmerso en muchos cambios ideológicos, políticos, sociales, culturales y tecnológicos. Menciona al respecto: La llegada y masificación de la televisión, el Mundial de Fútbol en Chile, la reforma agraria y universitaria, una incipiente

liberación sexual con la pastilla anticonceptiva, las reacciones a los designios ideológicos de Estados Unidos de la Unión Soviética y las tensiones políticas en un ambiente polarizado que llegaría a su punto más álgido en el país con la llegada de Salvador Allende a la presidencia.

Música en off

Con la llegada de los militares al poder en septiembre de 1973, se produjo un apagón cultural y artístico en todo el país. Muchos de los artistas ligados principalmente a La Nueva Canción Chilena y al movimiento sicodélico partirían exiliados, teniendo como principal destino Europa y EE.UU.

En cambio, aquellos también opositores al régimen y que se quedaron en el país sufrieron el peso de la dictadura, como fue el caso de Víctor Jara. Los que sobrevivieron se mantuvieron vigentes resistiendo en la clandestinidad, mientras aquellos que no implicaban un riesgo brillaban en la televisión, que se había transformado junto con el Festival de Viña del Mar, en las únicas vitrinas para darse a conocer y manifestar el descontento – previa censura - de aquel entonces.

Felipe Vuletich, académico de la Universidad Central de Chile y destacado hombre de radio por más de cuatro décadas, explica el contexto de la escena musical después del Golpe de Estado: “El apagón cultural hizo que los artistas chilenos que se dedicaban al folclore, el Neo folclore, la Nueva Canción Chilena y todos aquellos ligados a la izquierda, desaparecieran abruptamente, dando paso a la clandestinidad, haciendo que la escena artística nacional y la vida nocturna cultural se apagara”, comenta.

Este profesional de la radiodifusión comenzó su carrera en Radio Nuevo Mundo a la edad de 16 años, mientras cursaba sexto de humanidades, haciendo un reemplazo en el departamento de producción. Desde ese momento, la radio se transformaría en una pasión. Paralelamente a eso, trabajaría en una productora y distribuidoras de discos llamada “Cuatro Limitada”. Compañía que tenía representación en Chile



Felipe Vuletich, hombre de radio, productoras y sellos discográficos

de varios sellos internacionales como: Ariola, Arista, Microfon, etcétera.

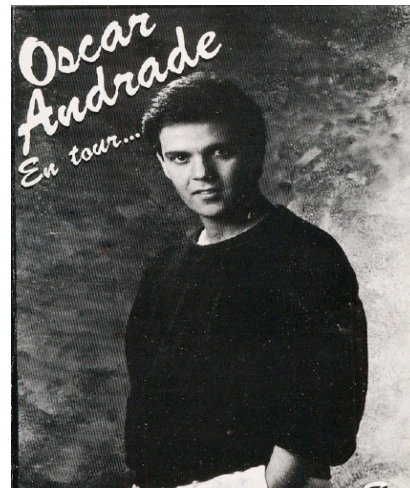
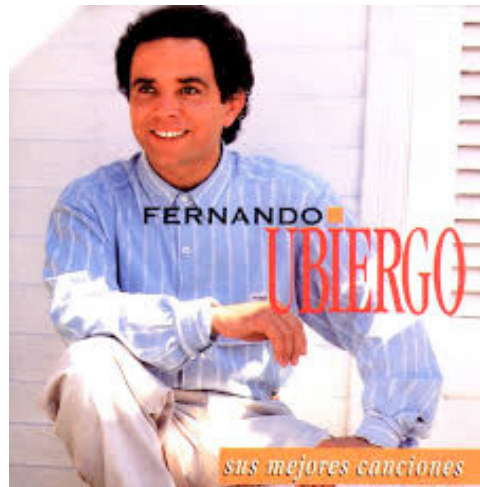
Vuletich destaca el rol de la televisión sobre la música en los primeros años de dictadura:

“Con la escena musical fuertemente silenciada, los artistas no involucrados en política encontraron en la televisión un espacio donde dar

a conocer su música. Entonces, muchos de ellos que actuaban en restaurantes en la noche, empezaron a ir a la televisión. Fue el medio para difundir sus temas y a su vez empezó a entrar mucha música extranjera, a raíz de que las producciones nacionales fueron restringidas”.

A mediados de los años 70', en el ámbito de la clandestinidad, comenzaron paralelamente a surgir cantautores y rockeros que mantuvieron de alguna manera el alma de la música popular chilena. Este nuevo movimiento rescató el trabajo de los artistas que se encontraban en el exilio, mezclando esos ritmos con el *folclore*, *jazz*, *bossa nova* y *rock*. A esta corriente se le denominó *Canto Nuevo*. Valeria Solís menciona al respecto: “Los artistas partícipes de ésta, buscaban en sus propias interpretaciones, mostrar la realidad social del país, dolorosa y contradictoria, así como también reflexionar sobre el pasado”.

Artistas como Fernando Ubierno, Eduardo Gatti (sin los Bloops), Hugo Moraga, Oscar Andrade y Eduardo Peralta, junto a grupos como Congreso, Sol y Lluvia, Santiago del Nuevo Extremo, estaban entre los más destacados. Todos ellos les tocó afrontar una realidad paradójica. Situación que Valeria Solís lo explica en *Suena Desafinado*: “A este movimiento le tocó enfrentar un contexto que estuvo marcado por las contradicciones. Pues si bien había censura, amenazas, persecución y un legítimo miedo de los artistas, existían también escenarios que cada año convocaba a más músicos. Programas de televisión y festivales (desde Viña, la OTI, pasando incluso por alguno de pequeños poblados), en donde los artistas que venían de distintos orígenes, corrientes musicales y pensamientos expresaban la premisa



Tanto Fernando Ubierno como Óscar Andrade, fueron exponentes claves en el Canto Nuevo chileno

que tenían en común: luchar contra la dictadura militar a través del arte y recuperar la democracia, la libertad y la vida”.

Lugares como “El Rincón de Azúcar”, “El Café del Cerro”, peñas clandestinas o en patios universitarios, se convirtieron en terrenos obligados para aquellos que buscaban reencontrarse con las raíces genuinas de la música chilena, a la vez de escapar de toda la parafernalia mediática que imponía el Régimen Militar, junto a los toques de queda.

A finales de los 70’ e inicios de los 80’, como sucedió hace unos años, paralelamente al movimiento del Canto Nuevo, se atizaba una nueva fuerza musical influenciada principalmente por el movimiento *punk* londinense, sumado también a la crisis económica y a la oleada de bandas de *rock* y *pop* desde Argentina con Soda Stereo, Los Enanitos Verdes, G.I.T, Virus y Charlie García con Sui Generis, entre los más representativos. Imponiéndose tímidamente un

“Con la escena musical fuertemente silenciada, los artistas no involucrados en política encontraron en la televisión un espacio donde dar a conocer su música”.
(Felipe Vuletich)



Santiago del Nuevo Extremo

nuevo panorama a la escena musical del país.

Esta nueva corriente rockera tendría su máximo exponente nacional en un trío de jóvenes de la comuna de San Miguel y que desde la clandestinidad proclamaban ser la voz de una nueva generación que estaba cansada de la opresión y represión de un

Régimen Militar, y que con su discurso daría un aire de frescura a la soporífera escena musical chilena. Los Prisioneros revolucionaron los años 80' con sus acordes y sus letras cargadas de un sentir social que a nadie dejaba indiferente.

Felipe Vuletich explica el surgimiento de esta nueva corriente musical de aquellos años: “Todos estos grupos aparecieron un poco en la rebeldía de que no podían difundir sus temas, grupos como Los Prisioneros principalmente, fueron ellos los primeros en hacer un quiebre, pero también fueron muy resistibles y esa resistencia les costó muchísimo llegar a las audiencias más masivas en esa época y de hecho en la actualidad, son un poco cuestionados por un grupo social, la clase alta principalmente”, sostiene.

Vuletich agrega: “Los Prisioneros y demás agrupaciones similares fueron marginadas por su contenido de todo medio de difusión que marcara pauta en el país – radio y



El extinto Café del Cerro, fue el lugar del Canto Nuevo y de la contracultura que resistió la Dictadura Militar

televisión – hasta ya a fines de la dictadura, en el caso de algunos ni siquiera al Festival de Viña del Mar, que era la otra gran vitrina que tenían los artistas. Todos ellos tocaron en lugares nocturnos clandestinos aunque estaban cómodos en esos escenarios. Pero, en plena dictadura, no tuvieron nunca acceso. Quizás la única excepción fue la aparición de Los Prisioneros en el programa *Patio Plum* de Canal 11 a fines de los 80's ". Si bien sus primeras presentaciones fueron en lugares de la –entonces nueva– escena alternativa nacional como *El Trolley* o El Galpón Matucana y sin más publicidad que el boca a boca, paulatinamente fueron adquiriendo relevancia dentro de la juventud nacional, dando el puntapié para que otros se lanzaran a la escena con sus propias propuestas, entre estos se encontraban: Viena, Aparato Raro, Electrodomésticos, Aterrizaje Forzoso, Cinema, De Kiruza, quienes juntos con las bandas trasandinas formarían el denominado Rock Latino.



Paralelo al Canto Nuevo, surgía entre los jóvenes de la época una nueva corriente musical con una tendencia más rupturista al panorama social, con referencias al movimiento punk y new wave. Los Prisioneros fueron clave en el proceso.

Muchas de las agrupaciones nacionales mencionadas, tenían al Trolley y al Galpón Matucana como sus escenarios obligados. Oscar Contardo en su libro *La era ochentera* se refiere a los epicentros de este movimiento musical contestatario chileno: “El Trolley era un polvoriento galpón ubicado al final de la calle San Martín, que en un principio pertenecía al sindicato de *trolebuseros*, en donde Pedro Aguirre Cerda y Luis Emilio Recabarren habían emitido discursos revolucionarios y que

luego, de la mano de Pablo Lavín y Ramón Griffero comenzó a funcionar como centro cultural rupturista a mediados de 1983, transformándose en el núcleo del arte, el teatro y la música con una clara tendencia *new wave*.

El segundo recinto, ubicado en la calle Matucana número 19, se convirtió al igual que el primero en el centro obligado de la vanguardia santiaguina, con sus fiestas, *performances*, actos políticos y tocatas”.

Ambos lugares se caracterizaron por ser la alternativa a las restricciones nocturnas de la época y también referente obligado para aquella generación que buscaba desligarse del vino navegado, la trova cubana, la conversación y el Canto Nuevo. Sin embargo, su fin llegó de la mano con la vuelta a la democracia, dejando un recuerdo imborrable en aquellos que aportaron al movimiento y que sin intención crearon un referente musical y cultural.

Mientras eso sucedía, el Festival de Viña del Mar, la principal vitrina musical chilena al exterior, se había convertido en un desfile de artistas extranjeros, invisibilizando a los músicos nacionales, con excepción de algunos, como Los Prisioneros, pero que fueron fuertemente censurados. Valeria Solís, en *Suena Desafinado* destaca: “En la edición de 1985, se posicionaba en el tercer lugar de la competencia internacional el cantautor, Alberto Plaza con el tema ‘*Que cante la vida*’, transformándose en un himno de esperanza en medio de la opresión dictatorial, dando el impulso a artistas pop, que tendrían éxito en la década siguiente diversificando aún más la escena”.

Ante lo anterior, el panorama musical de la década de los 80’, se vería también reforzado con la aparición de los videoclips, idea que se perfeccionó con el nacimiento de MTV en EE.UU y que tendría sus versiones en la televisión local con *Magnetoscopio Musical* (TVN) y *Más Música* (Canal 13).



El Festival de Viña del Mar fue el principal escenario para artistas que querían posicionarse nacional e internacionalmente

Además, de las presentaciones en vivo en programas televisivos como *Éxito* de Canal 13 y *El Festival de la Una* de Televisión Nacional.

Toda la escena tomaría palco con la llegada del plebiscito de 1988 y Valeria Solís describe el momento: “El escenario artístico, estaba cargado de esperanza y ebullición. Algunos artistas del denominado Canto Nuevo ya habían hecho presencia pública en festivales, conciertos e incluso en la venida del Papa Juan Pablo II. Otros retornaban del exilio como Inti-Illimani, Illapu o los hermanos Parra. El rock y el pop nacional habían logrado entrar a las radios con el respaldo de los sellos multinacionales, lo que traería consigo un gran cambio: Más escenarios, más oportunidades de grabaciones en los grandes sellos con el consiguiente apoyo en difusión y posicionamiento; mayor presencia de la música nacional en la prensa, radio y televisión”.

Nuevos sonidos y desafíos

Con el triunfo del “No”, en el plebiscito de 1988, y la consecuente llegada de la democracia a inicios de los 90’, la escena musical comenzó a expandirse como no lo había hecho hace muchos años. Antes, el Festival de Viña del Mar era el único escenario al que llegaban artistas extranjeros que el público quería ver. Sin embargo, esto cambió con el primer gran concierto en el Estadio Nacional el 7 de marzo de 1989, siendo el carismático cantante británico Rod Stewart el encargado de abrir la agenda de conciertos multitudinarios en el país.

Al poco tiempo, los espectáculos masivos se hicieron cada vez más frecuentes y entre los más importantes de esa época son: El recital de la cantante estadounidense, Cyndi Lauper en noviembre de 1989; La banda británica UB40 en el Teatro Teletón ese mismo año; Bon Jovi, Silvio Rodríguez y Joan Manuel Serrat a mediados del mismo; El concierto de Amnistía Internacional en 1990 que trajo a Peter Gabriel, Sting y Sinnead O’connor junto a artistas nacionales del Canto Nuevo, entre otros. La alegría de la democracia trajo consigo un cambio por las preferencias musicales del público chileno y algunos artistas se vieron marginados de ésta. El Canto Nuevo, ya sin motivo de lucha aparente, comenzó a descender en popularidad, dando paso a otras corrientes más cercanas a una nueva generación de jóvenes

más conectada con las tendencias extranjeras, principalmente estadounidense y europeas – debido a la democratización de nuevos canales de difusión como la televisión por cable – que con la situación política social sentía una declarada apatía y desencanto.

En este nuevo escenario, el rock y un tímido pop nacional fueron apoderándose de las principales plataformas de difusión. El sonido rock industrial mezclado con un tardío *new wave* de La Ley, los acordes *rockabilly*, *jazz rock* y *rock* de los penquistas de Los Tres y el *Dark wave* y *dream pop* y rock de Lucybell, tomaron protagonismo como lo más escuchado por la juventud, mezclándose con agrupaciones más ligadas al pop como Javiera Parra y Los Imposibles, Christianes, Canal Magdalena, Nicole, Saiko, La Sociedad y baladistas como Alberto Plaza, Myriam Hernández, Pablo Herrera y Keko Yunge, entre otros.

Valeria Solís destaca tres bandas que fueron un referente para la década de los 90': La Ley, Los Tres y Lucybell. Éstas además, fueron las primeras en internacionalizar su carrera después de muchos años. La periodista las describe brevemente:



La llegada de la democracia trajo nuevas tendencias musicales.

“La Ley, agrupación formada a fines de los años 80’ traía una propuesta de mezclar el sonido anglosajón de moda con el rock nacional”.

“Después de cosechar éxitos con cuatro sencillos de su álbum *Doble Opuesto* de 1994 comenzaron a llamar la atención en otros países latinoamericanos como Argentina y México, radicándose en este último en 1996. El fenómeno que ellos alcanzaban afuera poco a poco, hacía recordar el éxito logrado por Los Ángeles Negros tres décadas antes. En ese contexto, obtendrían el Grammy al mejor álbum de rock alternativo latino (2001). Sin embargo, después de los logros obtenidos, tanto en Chile como en el extranjero, anuncian un descanso que persiste hasta hoy”, asevera Solís.

Los Tres – destaca Solís – también tendrían una historia de éxitos que marcaron la década de los 90': "La banda oriunda de Concepción integrada por Álvaro Henríquez, Roberto 'Titae' Lindl, Francisco Molina y Ángel Parra partiría tocando en universidades, peñas, entre otros escenarios tan variados como su inspiración musical, que incluía el jazz, el *rockabilly* y el folclor (heredado de los Parra). Esta combinación única de estilos los llevó a colocar tres sencillos en las radios chilenas y un éxito arrollador en el país".

"Debido al éxito de su tercer álbum *La espada y la pared* en 1995, que incluía *covers* de Buddy Richards y cuecas de Lalo Parra, los llevó a recibir una invitación de la cadena norteamericana MTV a grabar un concierto *unplugged* en la ciudad de Miami, él que saldría a la venta en 1996 bajo el título 'Los Tres MTV Unplugged'. Siendo el primer grupo chileno en participar en el principal programa del canal en aquel entonces. Después de una década exitosa, la banda se separa llevando a sus integrantes a realizar proyectos individuales, unos más exitosos que otros. Reapareciendo como agrupación por algunos años entre 2005 y 2010", relata Solís.

Finalmente, la periodista menciona a Lucybell como otra banda emblemática de esta época: "Integrada por Claudio Valenzuela, José Miguel Foncea, Francisco González, Marcelo Muñoz y Gabriel Vigliensoni. Caracterizados por un sonido electrónico, editaron su primer disco en 1995 apoyándolo con recitales masivos y una gran difusión radial. Tras dos discos exitosamente editados, comienzan su travesía por conquistar el mercado latino".

"Lucybell debuta ante 3000 personas en DF de México, después vendrían otros países del continente, concluyendo el año con un contrato con el sello Warner de México que había llevado la carrera de La Ley. Sin embargo, dos años después el sello independiente *Escarabajo* de propiedad de Gaspar Domínguez, periodista y ex gerente de Warner Chile junto a Luciano Rojas, ex integrante de la Ley, se hacen cargo de la carrera del grupo que continúa hasta hoy" dice Solís.

Paralelamente a estas bandas de rock, que alcanzaron nivel internacional, se encontraban los baladistas pop que tímidamente, habían comenzado a surgir gracias a la televisión de fines los años 80'. Consiguiendo un éxito a nivel nacional

e internacional en los 90', dando conciertos al igual que los grupos mencionados y posicionando sus canciones dentro de los *hits* radiales. Siendo, además invitados regulares a programas de televisión, y sus canciones utilizadas en las bandas sonoras de las producciones dramáticas de las principales estaciones televisivas.

En una entrevista a Pablo Herrera y recopilada por Valeria Solís, el artista cuenta de sus inicios: "Mi historia parte en 1993 con un disco independiente, que yo mismo lo mandé a fabricar, solamente en cassette, no tenía *lucas* para vinilos. Les vendía mi trabajo a mis amigos, pero había una disquería llamada Ástor, que fue la que primero me ayudó, me compraba los discos y los vendía. Era un artista totalmente emergente, que tocaba en parroquias, colegios, eventos universitarios y logré tener este disco con mucho esfuerzo y con mucha ilusión"



Pablo Herrera, baladista nacional de los años 90

Myriam Hernández, considerada por muchos como *La baladista de América*, es sin lugar a dudas la mejor representante nacional del género. Valeria Solís detalla: "Hernández comienza su carrera a finales de los años 80' participando previamente en la sección juvenil del programa de televisión *Sábado Gigante*. Sus primeras canciones: *El hombre que yo amo* y *Ay amor* obtuvieron alabanzas de la crítica y figuraron en los principales ranking internacionales". A lo largo de su carrera ha participado en varias

oportunidades en el Festival de Viña del Mar y obteniendo varios premios, presentándose además en varios países latinoamericanos. Manteniendo su éxito en la actualidad.

En resumen, la última década del siglo XX estaba cargada de entusiasmo por la apertura artística que trajo la llegada de la democracia, con toda la maquinaria productora destinada a potenciar y desarrollar la escena musical de fin de siglo.

Producción musical análoga

En Chile, el camino que un artista debía recorrer entre ser “descubierto” por alguien de la industria musical hasta llegar a ser conocido y tener una carrera exitosa, era algo que no dependía de éste en su totalidad, sino que detrás había toda una maquinaria dedicada a la producción – pre y post –, promoción y difusión del artista, por medio de una contratación con un sello discográfico. El manejo que se le daba podía catapultar al solista o agrupación al estrellato o sepultarlos en el absoluto olvido.

Este mecanismo se mantuvo por casi toda la segunda mitad del siglo XX y que al finalizar el período se resistió a los cambios en todos los niveles y que terminaron por transformarla en su totalidad. Para comprender el funcionamiento de dicho mecanismo, es necesario retrotraerse a los inicios de la producción musical, ligada íntimamente en su origen al método de grabación análogo.

El método de grabación análogo nace a la par con los primeros intentos de registrar la voz humana. El más exitoso de aquellos intentos, fue sin lugar a dudas el de Thomas Alva Edison, quien creó y patentó el primer aparato capaz de grabar el sonido para reproducirlo a voluntad, al que llamó Fonógrafo. Este invento fue inicialmente visto como un medio para la reproducción de la voz hablada, el que fue útil en lugares como las oficinas, las salas de clases, bibliotecas y sólo adicionalmente se pensó como medio de reproducción de música.

El fonógrafo consistía en un cuerno o barril que recogía las vibraciones de las ondas sonoras captadas del aire y que registraba para su reproducción. Utilizó tres tipos de soportes para la grabación del sonido. En un primer momento se utilizó papel de estaño, pasando luego al tubo de cartón, el cual fue perfeccionado al cilindro de



Fonógrafo: transformó la era musical

cera macizo. Este último fue el más duradero y que sería el encargado de la comercialización fonográfica de la mano de naciente industria musical.

Con el perfeccionamiento de esta tecnología, gracias al uso que le dió en la grabación y registro musical, dieron como resultado la

aparición del Gramófono, dispositivo creado por el alemán, Emilio Berliner en base al fonógrafo de Alva Edison. Lo que permitió el sucesivo surgimiento de formatos de registro musical como el vinilo en su primer momento.

A pesar de las transformaciones que ocurrieron con el pasar de las décadas, el proceso de grabación análoga no se afectó en lo absoluto y continuó manteniéndose tal cual como en sus inicios, solo introduciendo ligeras modificaciones conforme al paso de los años y de aparición de los diferentes formatos.

Vuletich define a grandes rasgos lo que es la grabación análoga : “En palabras técnicas, una grabación analógica es aquella donde se hace un registro físico de las variaciones en la presión de aire del sonido original. Primeramente estas variaciones de presión se convierten en una señal eléctrica que al pasar por un transductor análogo, por ejemplo, un micrófono se convierten en ondas sonoras, las cuales quedan registradas por medio de un aparato o dispositivo de grabación, tales como una grabadora de cinta. La propiedad variable del medio es modulada por la señal eléctrica”.

Continúa observando que: “Básicamente las ondas sonoras – onda senoidal – son transformadas en variaciones de voltaje de la misma intensidad, amplitud y frecuencia. Estas variaciones de voltaje se aplican sobre un electroimán que transforma la corriente eléctrica u onda senoidal en una señal magnética, que proporciona la energía para mover la aguja encargada de trazar el surco sobre el soporte donde quedaba registrado el sonido.

Vuletich explica que la señal magnética actúa reordenando las partículas ferromagnéticas conforme el soporte va pasando por delante del electroimán que contiene estas partículas. El soporte por lo general consiste en una cinta magnética de audio, llamada cinta “madre” o *master*, en donde queda registrada la grabación original y de la que se sacan copias para su comercialización en los diferentes formatos, los que fueron apareciendo paulatinamente con el paso de los años.

Juan Pablo González, en su libro *Historia social de la música popular en Chile*, hace precisión sobre ciertas características de la producción análoga: “En el proceso de

grabación análoga, la calidad del sonido depende de varios factores como, por ejemplo, el tipo de cinta utilizada, de su tamaño, de su velocidad de arrastre, de sus medidas que pueden ser de 33/4, 71/2, 15 o 30 pulgadas, el tipo de emulsión, que puede ser de cromo, hierro, entre otros. Finalmente, dependerá también la anchura de las cintas, mientras más anchas, mayor velocidad de arrastre y por ende, mejor calidad”.

En cuanto a la grabación en sí, ésta en un principio se realizaba todo al mismo tiempo, tanto voz como acompañamiento musical, mediante el procedimiento de grabación monofónico, la que consistía en la grabación en una pista sobre todo el ancho de una cinta magnética estándar. Posteriormente, se comenzó a grabar en doble pista siguiendo el mismo procedimiento anterior, solo que en dos en vez de una. Llamado doble mono o falso estéreo.

“Finalmente, –menciona Vuletich– se creó el procedimiento de multipista, para privilegiar con una mayor fidelidad de sonido tanto la voz del solista o coros como la orquesta o música instrumental, dando paso al sonido estéreo.

Este proceso se ajustó a diferentes formatos que fueron sucediéndose con el paso de los años”.

Los soportes de grabación análoga surgieron y tuvieron su apogeo en diferentes épocas, los que también se vieron beneficiados con el auge de movimientos culturales y musicales en el que el país se veía inmerso. Marcando a varias generaciones de músicos y otros ligados al ambiente de la producción, difusión musical chilena y por sobre todo a la audiencia.

Sonido entre surcos

El disco vinilo para muchos expertos del mundo musical es considerado el formato más importante durante las primeras décadas del siglo XX, especialmente el periodo comprendido entre 1930 y 1965. Desde su creación, éste ha presentado una considerable evolución, no solo en su fidelidad en sonido, sino también en su durabilidad lo que permite que hasta la actualidad, sea apreciado en su contenido por muchas personas vinculadas a la música y que mantiene su estatus de objeto de culto a través de los años.

En cuanto a sus aspectos generales, Felipe Vuletich explica que: “El disco vinilo consiste en un disco de material plástico, que consta de dos caras o lados, los cuales poseen ranuras o surcos, donde se encuentra la grabación. El sonido se produce mediante los giros que da el disco en el aparato reproductor y por las vibraciones que produce el rozamiento de la aguja lectora del equipo, con el propio plástico. Un dato curioso es que la grabación alojada en los surcos, se realiza en el sentido de las agujas del reloj”.

En primera instancia, los discos eran importados a Chile a través de las casas



Del master donde se registraba la grabación original, se sacaban copias las que eran comercializadas y difundidas al público masivo.

matrices de los principales sellos discográficos. Posteriormente, comenzaron a ser fabricados en nuestro país, paralelamente a la consolidación de la nueva escena musical chilena.

Felipe Vuletich explica cómo era el panorama en los comienzos de la fabricación de discos vinilos en el país: “En Chile habían varias fábricas

que hacían vinilos, las más importantes eran la EMI Odeón que estaba ubicada en la calle Libertad al llegar a Mapocho y la otra era la RCA Victor que quedaba en Vicuña Mackenna. La Phillips también tenía una división discos. En esa época yo trabajaba en el sello

Cuatro y llevábamos las cintas a Odeón o la RCA y ellos nos hacían el disco, nos vendían el disco, y nosotros después los distribuíamos”, asevera.

La gran transformación de este formato aparece a finales de los años 40' con la creación del Long *Play* o *LP*, bajo la licencia de Columbia Records, que consistía en un disco de vinilo de 12 pulgadas de larga duración, de tres velocidades de reproducción 33 $\frac{1}{3}$, 45 y 78 revoluciones por minuto el cual estaba fabricado con un nuevo material plástico revolucionario para ese entonces, el que era utilizado en el área de la construcción llamado Vinilita – del cual derivó su nombre a vinilo

o acetato – que transformó al disco de ese entonces, que era de consistencia muy rígida, pero extremadamente frágil en su manipulación, a un objeto delgado, liviano y casi irrompible, lo que mejoró su almacenaje y distribución.

Juan Pablo González en su libro *Historia Social de la Música Popular en Chile*, cuenta que: “La creación del LP fue de un éxito tan grande que fue presentado como un invento sensacional en la historia de la música grabada y no tardó mucho tiempo para que comenzará a llegar al país los fonógrafos de dos velocidades”.

El *LP* tuvo mucho éxito en el país, principalmente en los jóvenes de los años 60', tanto en aquellos que simplemente consumían música, como en otros que querían dedicarse a la música. Estos últimos tenían como objetivo principal grabar un LP. Claudio Gajardo cuenta: “El sueño de los muchachos de la época que se interesaban por la música, no era grabar un disco *single*, sino que era el *Long Play*, pero como el dinero dependía de los sellos, eran estos los que decidían, entonces se partía con el disco *single* de 7 pulgadas, que era el que debía ir a la radio, si la banda o solista tenía éxito, se podría decir que estaba en condiciones de grabar un LP, pero antes de eso se debía pasar por esa prueba de fuego”.

La llegada de los LP no significó la muerte de otros patrones de grabación anteriores, como el disco *single* de 7 pulgadas patentado por la RCA Victor, que permitía la grabación de una canción por lado – lado A y B – con una duración aproximada de tres minutos por cara. Este continuó siendo el formato por excelencia utilizado para grabar canciones de nuevos artistas para su promoción y difusión en radios, lo que podría llevarlos en caso de éxito a la grabación de un LP o al cajón de una bodega en caso contrario, dijo Claudio Gajardo.

El periodista Cristóbal Chávez, quien es experto en el formato, establece las diferencias funcionales del *single* y el *LP*: “El *single* era más para uso de difusión radial, los artistas comercializaban a través del sello que los representaba y éstos, por medio de agentes, entregaban los *singles* a las emisoras radiales para que los reprodujeran. Entonces el *single* tenía una finalidad promocional del artista”.

“El *Long Play*, en cambio, tiene una duración de 45 minutos de reproducción, que



El disco vinilo fue el primer formato de grabación de música.
El sonido surge por las vibraciones del roce de la aguja del tocadiscos, mientras este gira en el aparato reproductor.

es en rigor el disco completo, pudiendo introducir entre ocho a diez canciones y era más para un uso doméstico, para que lo consumiera la audiencia una vez que el artista hubiera tenido éxito. Estas denominaciones que nacieron con el vinilo cobraron importancia, puesto que se siguieron manteniendo en los formatos que aparecieron con posterioridad” afirma.

Ambos formatos de disco vinilo lograron ser la base de difusión de grandes artistas nacionales, todos ellos dirigidos a la captura de un público masivo y consumidor. Otra característica de importancia en estas producciones fueron sus representativas carátulas, siendo muchas veces los afiches con los que los fanáticos adornaban sus paredes.

Los diseños de las carátulas de los vinilos también tuvieron una importancia y fueron tratados de forma diferente. A los artistas de la Nueva Ola, por lo general, se utilizaba una fotografía de estos o el nombre del grupo, puesto que la idea era promocionar al artista, más allá del contenido artístico del formato físico. Algo que RCA Víctor y Odeon mantuvieron como principal estrategia comercial de sus artistas.

Sellos independientes de aquella época como *Dicap*, ligado a las juventudes comunistas, desarrollaron una propuesta gráfica alternativa a lo que se venía haciendo en ese entonces. De la mano de los artistas gráficos Vicente y Antonio Larrea, fueron quienes diseñaron en las carátulas de los discos, imágenes cercanas a los murales, creando diseños y logotipos con los nombres de los artistas y agrupaciones, que con el tiempo se han vuelto icónicas, buscando propagar contenido más allá de la simple promoción de los artistas.

Cristóbal Chávez destaca este aspecto: “Muchos de los diseños que vemos



En principio, los discos vinilos eran importados desde EE.UU y Europa, posteriormente empezaron a fabricarse en el país.

ahora en las calles, en las protestas, son copias de las imágenes que hicieron los hermanos Larrea para los vinilos de los años 60, 70' en Dicap. Entonces eso significa que aún se sigue manteniendo, de manera que el vinilo no solo tiene una importancia en materia musical, sino que también en lo cultural, en lo artístico, hay un contexto completo que debemos entender a través de la música, en este caso, en el vinilo por excelencia”.



La producción de los “Long Play” aumentó el rango de reproducción, así también su capacidad de almacenamiento de grabaciones

Técnicamente y según los expertos, el vinilo es considerado el mejor de todos los formatos de grabación sonora, en ello Cristóbal Chávez menciona: “La calidad del vinilo puede durar por mucho tiempo y eso es clave a diferencia de otros formatos, por cómo se graba y el material del que está hecho, dan cuenta de su durabilidad y resistencia. Además, que al ser análogo, reproduce las frecuencias de los surcos cuando pasa la aguja, entonces la calidad de sonido lo hace único. De manera que el vinilo es el formato por excelencia de cualquier reproducción musical”.

Siguiendo esa misma línea, para el destacado productor musical y bajista de una de las bandas chilenas más destacadas de los últimos años, Los Ángeles Negros, Miguel Ángel Nano Concha, el vinilo clásico es mucho mejor respecto a las nuevas formas de grabación del formato: “Hoy, no se está haciendo el vinilo como se hacía. Ahora todo lo sacan de un *master* que está previamente digitalizado, por lo tanto,

se pierde toda la onda senoidal, la que es muy diferente. Puesto que cuando se escucha un vinilo antiguo, se escucha espectacular, muy potente, en cambio, el digitalizado se pierde ese sonido tan característico del formato” afirma.

Nano Concha partió en la música produciendo para varios artistas de La Nueva Ola, participó en el grupo *Los Ecos* donde aprendió a tocar el bajo eléctrico. Después pasó a *Los Topsis* junto a Miguel Zabaleta, posteriormente a *Los Red Juniors* hasta que formó parte de *Los Ángeles Negros*. Paralelamente colaboraba en arreglos musicales junto a Camilo Fernández, copiando y arreglando canciones para artistas como Buddy Richard, Luz Eliana, Sergio Inostroza, entre otros. Para él, el vinilo es el formato ideal para la grabación de música.

Sin embargo, el soporte tiene una serie de desventajas. Una de ellas es el desgaste producido por la fricción de la aguja contra los surcos, haciendo que después de un tiempo la sonorización pierda calidad. Otro inconveniente es la portabilidad, puesto que por su peso, su reproducción se limita al tocadiscos o gramófono en una habitación. Y, finalmente, el factor precio es otra limitante debido a los costos de producción que implica su fabricación.



Independiente de todo aquello, es importante destacar que el vinilo fue el primer acercamiento de la música grabada al público masivo. Cristóbal Chávez, menciona esta trascendencia: “El vinilo es clave, porque con él, podemos contar periodos completos de la historia

chilena, por ejemplo: La Nueva Ola se puede explicar completa con el vinilo. Podemos explicar también el periodo de la Nueva Canción chilena, entre el año 67’ y el 73’, etcétera. Todo ese periodo musical completo, se puede explicar y contextualizar con el vinilo”, afirma.

Un fenómeno reciente a referir de este formato es el retorno que han tenido sus

seguidores y la adhesión de las nuevas generaciones, que lo han convertido en un objeto de culto. Para Chávez su regreso responde a un factor determinante: “Principalmente es por moda, esto de los *hípsters* y todo lo de ahora, aunque el vinilo lleva mucho tiempo, las ventas por este nuevo *revival* se han elevado,

“El single era más para uso de difusión radial, los artistas comercializaban a través del sello que los representaba... Entonces el single tenía una finalidad promocional del artista”
(Cristóbal Chávez)

entonces los vendedores han tenido que traer de afuera, puesto que ya dejaron de fabricarse en el país y los artistas han empezado a hacer reediciones en vinilo, esto porque el formato se está revalorizando, ya sea porque se escucha mejor y todo ese romanticismo en el proceso de escuchar música”.

“Además que las reediciones – continúa Chávez– son pocas y éstas se agotan de inmediato, como ha pasado con los discos de Los

Prisioneros, que ya han lanzado dos, una por los 25 años y para los 30 años del lanzamiento de la *Voz de los 80'* y se agotaron inmediatamente. Entonces es evidente la revaloración del formato”, comenta.

El retorno del vinilo es una realidad, lo que se ha transformado en tendencia en los últimos cinco años. Son varios los estudios que han aparecido para acreditar este fenómeno a nivel mundial. Quizás el más importante sea el que presentó a comienzos de este año la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI), que notificó un aumento en las ventas de este formato en un 55% durante 2015 (800% en los últimos cinco años) alcanzando niveles que no se registraban desde los años 80'. Así lo confirma diario La Tercera.



El sello Dicap se caracterizó por imprimir en las caratulas de sus discos, imágenes y logotipos que con el tiempo se volverían icónicas.



Los diseños de Dicap fueron creados por Vicente y Antonio Larrea, estos buscaban mostrar una realidad cultural y social más allá de la promoción al artista.

Lamentablemente, la ausencia de fabricación del disco vinilo en el país ha sido el gran obstáculo para consolidar su retorno. Sin embargo, una nueva apuesta llamada “Libre Records”, al mando de Patricio Gómez y Diego Llí (ingeniero en sonido) Diego Llí, volverán a fabricar

vinilos a partir del 2017.

En una entrevista al diario La Tercera y en el portal web “canchageneral.com”, Diego Llí menciona sobre la iniciativa: “El

proyecto que venía concretándose desde 2012, se había estancado por problemas técnicos y presupuestarios. Sin embargo, se logró traer la máquina prensadora desde México, a eso se suma la manufactura, que incluye maquinaria hidráulica y un delicado proceso de matriz, donde se trabaja con elementos químicos”. Una serie de impedimentos que, para el ingeniero en sonido, terminarán por beneficiar a la industria discográfica nacional.

“La calidad del vinilo puede durar por mucho tiempo y eso es clave a diferencia de otros formatos, por cómo se graba y el material del que está hecho, dan cuenta de su durabilidad y resistencia”.
(Cristóbal Chávez)

Patricio Gómez, Gerente Comercial de *Libre Records*, explica en la misma entrevista: “Este formato nunca murió, fue decayendo bruscamente a fines de los 80, los *DJ’s* lo mantuvieron durante los 90s y alrededor del 2005 empezamos a notar una curva de crecimiento y hoy es el único formato físico que va al alza, llegando a su *peak* en

los últimos 28 años con *U\$416* millones, más que lo generado por servicios de *streaming* gratuito como *Youtube*, *Spotify* y *Vevo*”.

A pesar de ser un formato de difícil reproducción, es de esperar que este nuevo auge del vinilo, revitalice un soporte que por excelencia es considerado por los expertos como el mejor en cuanto a calidad, fidelidad y conservación del sonido.

La cinta democratizadora

El cassette es considerado por los expertos el formato sucesor del vinilo, fue ideado por la empresa holandesa *Phillips* en 1963, como reemplazo del disco vinilo en atención a las desventajas que éste poseía, como la falta de portabilidad, algo que se estaba transformando en un tema importante en la forma de reproducir música. Este dispositivo, de mucho menor tamaño y mucho más compacto – 10 x 6,5 x 0,9cm, con capacidad de 30-120 minutos – buscaba resolver este problema y abarcar un sector del mercado musical que aún no estaba siendo atendida.

Felipe Vuletich explica las características del formato: “Técnicamente el cassette es un dispositivo análogo consistente en un carcasa plástica que en su interior contiene dos pequeños carretes donde pasa una cinta magnética, la que alberga la grabación. En funcionamiento, la cinta corre a una velocidad de 4,76 centímetros por segundo”.

“La cinta del cassette –prosigue Vuletich– tiene dos pistas estereofónicas, una por cada lado: Una se reproduce cuando el cassette se inserta en el equipo reproductor con sus revestimientos hacia arriba (Lado A), y la otra cuando se le daba la vuelta, es decir, insertando ese lado para arriba (Lado B).

Además menciona: “Al igual que ocurrió décadas atrás con los cilindros del fonógrafo, los primeros cassettes fueron comercializados inicialmente como un medio para la grabación de dictado personal y uso portátil, pero su capacidad de almacenamiento era más bien pobre y la calidad de los primeros reproductores no era adecuada para la música”.

Posteriormente, en el año 1971, al introducirse al cassette el sistema *Dolby* – técnica de reducción de ruidos desarrollados por los laboratorios *Dolby* para su uso en grabaciones analógicas de audio – con una cinta magnética de dióxido de cromo, transformaría al cassette en un formato apto para el uso musical, dando

comienzo a la era de este dispositivo y reproductores de alta fidelidad. Este gran salto en la calidad de sonido conduciría a convertirse en un nuevo paradigma para la industria discográfica.

En Chile, el éxito del nuevo formato hizo que las transnacionales comenzaran a fabricar y ensamblar cassettes en el país, Vuletich comenta sobre este hecho: “Las compañías disqueras traían cintas de Canadá y Europa, los carretes eran importados de Brasil y se ensamblaban acá. En el sello Cuatro donde comencé a trabajar a fines de los años 70’, teníamos una planta productora en la que armábamos y distribuíamos cassettes a la venta local”.

Cristóbal Chávez reflexiona que el éxito del formato no fue algo fortuito: “Desde su aparición, el cassette se posicionó en el mercado musical por razones obvias, era más barato hacerlo y por ende, mucho más rentable que los discos vinilo. las multinacionales vieron que el cassette les traía mayores dividendos, puesto que resultó ser mucho más masivo, todos podían acceder, entonces eso fue un elemento clave en cuanto al acceso del formato”, opina.

El cassette en esencia es un dispositivo de gran portabilidad, esta característica llegó a la cúspide con la aparición a principios de los años 80’ del *Walkman*, desarrollado por la multinacional japonesa *Sony*, el que consistía en un pequeño reproductor portátil a baterías o pilas, junto con auriculares que permitían al usuario escuchar su música en cualquier momento y en cualquier lugar.

Chávez recalca la introducción al mercado de la cinta virgen, fabricada también por *Sony*, lo que le dio al usuario la oportunidad de grabar una selección de música que creyera oportuna y llevarla allí donde quisiera, una innovación totalmente revolucionaria para aquellos años. Los posteriores modelos de *Walkman* y demás reproductores portátiles creados por otras empresas tecnológicas, empezaron a incorporar sintonizadores de radio AM/FM, agregando aún más diversidad a lo que una persona hasta ese entonces podía programar. Otra creación fue la introducción de caseteras en automóviles lo que llevaba la portabilidad a otras esferas.

Paulatinamente, el cassette se transformó en el sistema de reproducción de audio estándar, y a la par que los discos de vinilo sufrieron una merma en los estantes de las tiendas de música. Sin embargo, para algunos melómanos ambos formatos eran totalmente complementarios, vale decir, se podía comprar varios discos y grabarlos posteriormente en cassette para hacer compilados de música. Y cuando la cinta del cassette ya empezaba a resentir su calidad, simplemente se grababa otro completamente nuevo.

Muchos de los expertos concuerdan que la importancia del cassette radica en su masificación total en la reproducción de la música, haciéndola asequible a las clases populares. Chávez menciona: “En el período de los años 80’ y 90’, se transformó en una práctica común entre niños y adolescentes, grabar canciones desde la radio, sólo bastaba tener una radiograbadora y un cassette virgen para grabar directamente los temas que sonaban en la radio, en especial si esta era FM, fue un gran avance”.

Algunos autores también aseguran que los cassettes sirvieron como catalizadores para el cambio social, pues su durabilidad y facilidad de copiado ayudaron a introducir diversos tipos de música contestataria a países con regímenes autoritarios, como el caso de Chile, donde reinaba la represión política, social y cultural que imponía un silencio sobre la libertad de expresión artística.



El sonido del vinilo, para los expertos, prevalece ante el formato digital

La facilidad de traspasar el contenido de audio al cassette, facilitó el surgimiento de la piratería musical. Chávez hace hincapié en ese aspecto: “En un principio este fenómeno solo se dio en un ámbito doméstico, la industria no dimensionaba que décadas después esto les causaría pérdidas millonarias y que a pesar de combatirla de muchas maneras, sería también de la mano de otros factores que llevaría a la industria a reformularse”.

El cassette, que reinó en toda la década de los 80', siguió siendo popular, hasta que la tecnología digital comenzó a consolidarse en la década de los 90'. En Chile, se mantuvo como el formato predilecto hasta los inicios del nuevo milenio, principalmente, por su bajo costo y la facilidad de ser copiado de uno a otro y ser regrabado muchas veces.

En una entrevista hecha por Valeria Solís a Oscar Sayavedra, ex manager de Soda Stereo y actual productor musical, reflexiona sobre el impacto del cassette, y asevera que: “Chile es el primer país del mundo en que el cassette quedó como único formato por unos 10 ó 12 años. Lo que según mi punto de vista, no fue bueno, puesto que es un formato innoble, se rompe, se derrite, se echa a perder por el uso, y es claramente pirateable”.

“Cuando aparecieron las radios con doble casetera la masificación fue imparable, fue tan fuerte la penetración del cassette que, por ejemplo, cuando Argentina y Brasil tenían un 70% de CD por un 30% de cassette, en Chile la proporción era al revés. Sin embargo con el desarrollo de las nuevas tecnologías, pronto el cassette comenzó a quedar obsoleto”, opina Sayavedra.

Su declive en la industria musical se produjo principalmente con la introducción del Disco Compacto (CD), un producto lo suficientemente económico como para competir con el cassette, además de su capacidad más grande y la mayor facilidad de hacer copias digitales sin perder calidad, algo en lo que el cassette no podía competir y que resultaría mucho más atractivo para los consumidores.

Un factor, como dice Cristóbal Chávez, fue que: “En la música, la evolución va a la



tendencia de achicar el formato, hacerlo más cómodo, más portátil, más fácil de reproducir, de ser más asequible”.

En la actualidad, al igual que con el vinilo, muchos nostálgicos todavía recuerdan los cassettes,

a lo que algunos artistas nacionales han respondido con ediciones limitadas de sus álbumes en este formato, para satisfacer a ese nicho que apela al recuerdo y que quizás añoran aquellos tiempos en que muchas veces se solía avanzar los cassettes con un lápiz. Los mismos que comparados con los actuales medios digitales tenían la gran ventaja de que eran más gruesos y resistentes al polvo, calor y golpes.



Gracias a la tecnología de reducción de ruido, desarrollada por los Laboratorios Dolby, el cassette pudo entrar de lleno a su uso en la industria musical.

Música análoga como negocio

Desde la aparición de los sistemas de grabación de sonido, muchos veían con buen augurio la apertura de un gran negocio, y así fue, incluso sobrevivió a las grandes crisis que hicieron tambalear a otras industrias. En tanto, la del entretenimiento y la de la música en particular, se mantuvieron en auge por décadas, posicionándose como un referente próspero.

En un principio, los artistas estaban en la necesidad imperiosa de firmar y lograr grabar un disco en uno de los grandes sellos multinacionales, y trabajar con productores de renombre que a la vez tuvieran contactos con personas influyentes en los medios de difusión para sonar en la radio, y obtener aquella fama tan soñada y esperada, o simplemente dar a conocer su arte, algo que solo unos cuantos elegidos pudieron alcanzar.



En Chile, esta dinámica tuvo su apogeo en la década de los 60', en aquellos años lideraban la escena las transnacionales RCA Víctor por un lado, y EMI Odeon, por el otro. Ambas empresas se posicionaban como líderes en lo que a grabación musical se hablaba. Claudio Gajardo relata la importancia de ambas en la naciente

escena musical chilena: “El sueño para los artistas chilenos o para quien quería ser reconocido como un gran músico, era grabar o en la RCA Víctor o en la Odeon que competían entre sí. El gran atractivo que tenía la primera, por sobre la segunda, era que poseía el catálogo de Elvis Presley, quien sin duda, para aquella época era el artista más importante, de manera que grabar bajo el mismo sello que Elvis, sin duda era un gran gancho promocional para los artistas nacionales”, opina Gajardo.

“El cassette se posicionó en el mercado musical, por razones obvias, era más barato hacerlo y, por ende, mucho más rentable que los discos vinilo.... resultó ser mucho más masivo”.
(Cristóbal Chávez)

Sin embargo, para llegar al estudio se debían recorrer etapas, siendo la primera descubrir a los artistas. Para ello, los productores visitaban los clubes nocturnos de moda, principalmente en Santiago y Valparaíso en búsqueda de nuevos talentos. Cuando descubrían a alguien que encajaba con los cánones que imponía el mercado, principalmente el norteamericano,

y además de destacarse por encima de los otros, en cuanto a talento e imagen, era inmediatamente contactado a través del productor con los ejecutivos de la

casa discográfica para firmar el contrato y comenzar a grabar. Otra forma que también ocurría frecuentemente era que los mismos artistas llevaran sus *demos* a las transnacionales, esperando la oportunidad de grabar un disco.



El Walkman hizo posible la portabilidad del cassette. Sony lo crea a inicios de los años 80 de Carlos Gardel. Él grababa en directo en el estudio y cada canción con su sonorización, quedaba impreso inmediatamente en el disco. En esa época aún no

existía el proceso de prensa, de grabar el master, entonces a medida que se iba grabando, se iba haciendo el surco de ese disco, esto es, si él vendió 300 discos, tuvo que cantar y grabar 300 veces. Se hacía uno por uno” dice Nano.

Para los integrantes de Los Ángeles Negros, los procesos de grabación eran una parte importante en la producción discográfica, en una época en que los avances tecnológicos eran escasos, y al respecto Nano cuenta: “Nosotros, desde antes de formar Ángeles Negros ya estábamos acostumbrados a grabar música, por lo tanto sabíamos cómo eran los procesos. En ese desarrollo antiguo análogo, los ingenieros en sonido tenían que hacer muchas pericias para lograr el resultado, aunque ya lo tenían asimilado”.

Concha explica que en esa época no existía la multipista, de manera que había que hacer un tipo de premezcla, es decir, cada grabación se hacía encimando a otra, pensando siempre en el resultado final. De manera que los músicos debían precisar ciertos detalles de sonido: “Voy a tener que grabar el bombo un poquito más fuerte en la primera toma o el bajo un poquito más fuerte en otra, porque después se me *va a echar un poquito para atrás el bajo*”. El músico revela que el proceso era un tanto desprolijo, pero sí afirma que existía mucho más *feeling*, entre los músicos y sus creaciones: “Se notaba que se transmitía mucho más que las grabaciones posteriores a la multipista, en que se graba por separado y luego se pega, por así decirlo”, remata Nano.

A principios de los años 60', el artista tenía muy pocas posibilidades de producir su música, en una escena completamente controlada por la industria, siendo el artista un mero objeto de las decisiones de otros. El periodista, académico y hombre de radio, Luis Antonio Gamboa comenta la posición de los artistas en aquella época: “Los artistas no producían nada. Ellos solamente eran tomados por un sello discográfico, quienes los subsidiaban en todo. Había gente del sello que miraba y decía *¡este es!* Ellos elegían al músico, en relación a lo que estuviera sonando a nivel mundial.

De hecho, nosotros copiábamos y seguimos copiando todo lo referente que provenga del extranjero (...) Por ejemplo, Música Libre - programa de Televisión Nacional, entre los años 1970 a 1975 y Teleonce entre el 1980 y 1981) que lo hacía Camilo Fernández, toda su producción musical y el formato del programa se copió de Argentina”. Una vez definido el estilo del artista y grabado el *single*, vendría otro obstáculo, el más trascendental, sonar en la radio, en ese entonces,

el medio de difusión por excelencia. Felipe Vuletich comenta cómo se desarrollaron las estrategias de promoción: “Los artistas llegaban con sus discos a la radio la que grababan tanto para la RCA u otra, la compañía de discos la entregaba a los artistas unos discos para promoción y éstos partían radio por radio, esperando ser tocados”.

“Muchos de ellos tuvieron éxito y una gran carrera, otros en cambio quedaron relegados al olvido. Aquellos que lograron trascender en el tiempo, más allá del talento, se debió también a la gestión en el ámbito de la difusión. La radio era la única forma de salir del anonimato, por lo que el trabajo de quienes estaban en el medio debía ser metódico y exigente”, comenta Vuletich.

Siguiendo esa línea, Luis Gamboa relata la forma de trabajo en las emisoras de aquella época, enfatizando que: “En la radio, antiguamente, había un *discotecario* o *discjockey*, que tenía que ser músico y además debía tener conocimientos de música selecta. Entonces, él se encargaba de pedir toda la música que se necesitaba y cómo se debía ordenar. Para ello, había un programador musical. No uno, sino que varios. Uno que programaba una parte del día y el otro, la otra parte. Entonces, el *discotecario* seleccionaba el material y les decía a los programadores lo que se tenía que tocar. Por eso, el material que se seleccionaba era de muy buen gusto”.

Esta dinámica transformó con el tiempo a la persona del *discjockey*, en un líder de opinión, quien era capaz de decidir a qué artistas se debía privilegiar dándole una masiva difusión, dirigiendo el gusto del público y convirtiendo a ese artista en una estrella de la canción y optar por no tocar a ciertos músicos, relegándolos al olvido. Todo esto basado en un criterio totalmente subjetivo del operador radial. Incluso



La facilidad de grabar un cassette a otro por medio de radiocassetteras, facilitó el surgimiento de la piratería musical, lo que se tradujo en pérdidas millonarias para la industria.

más de alguno se dejó llevar por malas prácticas como la denominada *Payola*, que consistía en que si un productor deseaba que un artista sonora en la radio, sobornaba con una regalía –sea dinero u otra dádiva– al discjockey y éste se comprometía a colocar al artista en la lista de reproducción excluyendo a otros.

El apogeo del *rock n´roll* norteamericano, de la mano de Elvis Presley y Chuck Berry; del rock británico con exponentes como The Beatles o The Rolling Stone y de la Nueva Ola en el país, hizo que surgiera una infinidad de bandas y solistas influenciados por estas corrientes. Esta escena, sumada a los adelantos tecnológicos, hizo que surgiera a la par una gran variedad de estudios de grabación. Juan Pablo González en *Historia Social de la Música Popular en Chile* cuenta que: “Los primeros estudios que alcanzaron impacto en el medio nacional fueron los estudios *Splendid*, que estaban ubicados en la calle Catedral, en el centro de Santiago. En ellos se ofrecían servicios a radioemisoras de frecuencia modulada y sellos discográficos, cambiando la forma técnica de las grabaciones en Chile”.

Splendid era el principal estudio ocupado por la RCA Víctor en la grabación de sus artistas desde los años 60’, previamente –precisa González en *Historia social de la Música Popular en Chile*– aunque RCA tenía sus propios estudios en el sexto piso del edificio del Teatro Cervantes en la calle Matías Cousiño, donde también estaban los estudios de Radio Minería, algo que facilitaba el intercambio de artistas y discos entre sello y radio. Odeón, en cambio, tenía sus estudios de grabación ubicados en la calle San Antonio”, comenta.



Los grandes sellos discográficos RCA Víctor y EMI Odeon lideraron el mercado de la industria musical desde las primeras décadas del siglo XX

Estos estudios eran dirigidos por los denominados *Directores Artísticos*, personajes sumamente importantes en la producción discográfica puesto que se preocupaban de los artistas, de los autores y tenían un gran poder de decisión. Sin embargo, estas se basaban en criterios personales, lo que le restaba objetividad, lo cual conllevaba a elegir a artistas de gran talento o algunos carentes de ello.

Juan Pablo González en *Historia Social de la Música Popular en Chile* relata las cualidades de los directores: “La sensibilidad de un director artístico debía sumar a sus capacidades musicales cierta pericia en la interpretación de los comportamientos sociales y políticos de la época. Esta habilidad se haría patente en la práctica de los sellos discográficos de separar al público en segmentos de audiencia, dándole mayor importancia a la fracción juvenil como un nicho de ventas y actividades relacionadas”.

“En Odeon – narra González – el principal director artístico en aquellos años fue el argentino Rubén Nouzeilles, quien contrató a una variedad de artistas chilenos ingresándolos al catálogo estable del sello, entre ellos estaban: Violeta Parra, Lucho Gatica, Vicente Bianchi, Los Huasos Quincheros y Cecilia, aplicando una estrategia contraria a la de otros sellos. Además, de utilizar en sus grabaciones el sistema *Electrical and Musical Industries*, patentado por la EMI, consistente en consolas de grabación estéreo utilizada hasta los años 70’ ”.



Carlos Gardel (1890 - 1935)

Nano Concha cuenta de este adelanto tecnológico desarrollado por EMI: “Esta marca en aquellos años era la única que tenía sistema de grabación en estéreo. Nosotros, como Ángeles Negros, tuvimos la suerte de pertenecer a la EMI y todas nuestras grabaciones fueron en estéreo. No así muchos de los de los artistas de la Nueva Ola que tienen sus grabaciones en monofónico, no todos los de la RCA, por ejemplo, eran monofónicos”.

Técnicamente, el sistema monofónico análogo que predominaba como forma de grabación musical durante La Nueva Ola, no era el más óptimo, a opinión de Nano,

a excepción de aquellos que estaban bajo el alero de EMI, que ocupaban equipos estéreos. No obstante, el músico comenta que los dispositivos con esta nueva tecnología que se traían al país, no eran los más modernos: “Cada vez que la matriz en Inglaterra desechaba alguna consola, éstas eran traídas a Sudamérica, principalmente a Chile y Argentina, así que tampoco estábamos tan a la vanguardia”, remata.

EMI Odeon, que estaba a la vanguardia en tecnología, además disponía de personas dedicadas a dirigir la carrera de un artista al éxito. Luis Gamboa detalla sobre la importancia de esto en el país: “Uno de las personas más importantes en EMI de los años 60’ era Guillermo Vera Larraín, Gerente de Marketing y Producción, el tipo era impresionante, tenía un trato con artistas a nivel nacional e internacional increíble. Descubrió una cantidad fantástica de músicos, él los tomaba y los llevaba a grabar, hubo muchos que ganaron millones y que siguen siendo íconos de la música hasta hoy”.

Luego agrega que: “El sello discográfico tenía una planta con gente conocida en el mundo de la música. Muchos artistas pedían trabajar con determinados técnicos muy buenos, considerando lo precario que era el sistema en ese tiempo. Aparte de ello, el sello contrataba gente externa como guitarristas, bateristas, bajistas, y una que otra orquesta. Todo cuanto fuere necesario para darle más cuerpo a la grabación que iban a desarrollar”.



Nano Concha, integrante de Los Ángeles Negros, comenta que siempre fueron partícipes en el proceso creativo de sus composiciones.

Con o sin aquella tecnología, Juan Pablo González en su publicación da importancia al director artístico como artífice de las producciones musicales, y al respecto relata: “En RCA Víctor pasaron un gran número de directores artísticos desde fines de los años 50’ hasta inicios de los 70’, entre ellos: Don Roy, Agustín Fernández, Hernán Aravena, Hernán Serrano y Roberto Inglez. Pero fue de la mano de Camilo

Fernández en que RCA vivió su mayor esplendor consolidando su hegemonía en el mercado discográfico nacional el que cubría en un 42%, aunque solo un 30%

correspondía a artistas chilenos. Entre estos se encontraban: Buddy Richard, Luisin Landáez, Luz Eliana, Peter Rock, Los Vidrios Quebrados entre otros grandes exponentes de la época”.

Según González: “Fernández implementaría una nueva estrategia reduciendo el número de artistas nacionales dejando solamente a aquellas más relevantes y vendedoras, quienes serían promocionados en el extranjero, de manera que ya no era necesario que estos grabaran éxitos de estrellas extranjeras, teniendo la oportunidad de grabar sus propias composiciones”.

“El sueño para los artistas chilenos o para quien quería ser reconocido como un gran músico, era grabar en la RCA Victor o en la Odeón que competían entre sí”
(Claudio Gajardo)

Entre los años 50’ y 60’, el mercado discográfico se había expandido considerablemente con la introducción de pequeñas subsidiarias pertenecientes a los dos grandes sellos que operaban en Chile como Camden, Top Rank, Atlantic y CRC por parte de RCA Victor; y Decca, London, Pathé, Capitol, Mercury y Columbia de la mano de Odeon. Esta dinámica hizo que el espectro discográfico se difundiera haciendo que los sellos multinacionales se consolidaran en el país. Sin embargo, esta expansión se vería afectada por la nacionalización de las trasnacionales a comienzos de los años 70’ con la llegada al poder de la Unidad Popular. En *Historia Social de la Música Popular* González precisa que: “En 1971 la CORFO obtuvo el 51% de las acciones de RCA, logrando cambiar las políticas culturales del sello, incluso su nombre fue cambiado por el de *Industria de Radio y Televisión* (IRT). El catálogo de RCA fue afectado por este nuevo rumbo, puesto que Camilo Fernández renunció siendo reemplazado por el compositor Ariel Arancibia. Sin embargo, las buenas instalaciones para fabricar y grabar discos, le permitían al sello seguir realizando producciones musicales de calidad”.

Este panorama favoreció la aparición de sellos independientes afables a la nueva

situación social y cultural del país. El más importante de esta época fue el sello Discoteca del Cantar Popular (Dicap), creado en 1967, para aquellos grupos y solistas que no tenían cabida en los sellos multinacionales debido a sus temáticas contestatarias y anticapitalistas, de manera que en sus filas estuvieron la mayoría de los exponentes de La Nueva Canción Chilena. Tras el Golpe de Estado, sus instalaciones fueron allanadas y mucho de su material fue incautado y destruido, perdiéndose gran parte de su registro musical.

En 2006, Dicap volvió a reactivarse iniciando un nuevo catálogo de artistas chilenos. Cristóbal Chávez, musicólogo y periodista de la Universidad de Chile, relata la importancia de Dicap en la escena musical nacional: “Dicap cumplió un rol fundamental en la producción y grabación de la música dentro de los llamados sellos independientes – que no era tan así, ya que igual dependían de las instalaciones de los grandes sellos – puesto que acercaron y dieron masividad a grupos y géneros musicales que no tenían acceso a ser difundidos por las multinacionales”. Chavéz precisa que Dicap no solamente grababa folclor o canción chilena, sino que también grababan otros géneros populares como cumbias y otros ritmos tropicales.

Con el cierre de Dicap en 1973, otro sello independiente que destacó en la escena nacional fue Alerce. Creado por el periodista y locutor radial, Ricardo García con el objetivo de apoyar a nuevos artistas nacionales, así como también relanzar parte de la discografía del – hasta ese entonces – extinto sello Dicap, los que estaban prohibidos en dictadura, siendo visto por algunos como su sucesor natural.

La Ingeniera Comercial de la Universidad de Chile, Carolina Urra en su tesis *Análisis de la Industria Musical en Chile*, relata sobre la influencia y legado de Alerce: “El sello fue creado en 1975, con claras simpatías por la izquierda política del país, lo que llevó a tener un catálogo con música de corte socialista y folklórica en su mayoría, con artistas nacionales como Quilapayún, Ángel Parra, Congreso, Tito Fernández, Patricio Manns, junto a destacados músicos internacionales como Silvio Rodríguez y Pablo Milanés en sus filas. Sin duda que la aparición de este sello fue el de editar este tipo de música con corte político *vetado*”.

Pese a todos estos cambios sociales y culturales, el proceso de grabación,

difusión y distribución de la música se mantuvo sin muchas variaciones desde los



Los estudios de grabación fueron centros importantes de producción y grabación de grandes artistas durante los años 50' y 60'. Artistas como Roberto Inglez, produjo sus discos en Splendid, gran estudio de la época.

comienzos de la industria. Uno de los personajes claves del engranaje musical y que se mantuvo por muchos años, es sin lugar a dudas el Productor Musical.

El destacado productor, Carlos Salazar explica la tarea que llevaba a cargo en la industria: “El productor es el tipo que se mete en el estudio de grabación con la banda o con el solista, se encarga de supervisar las letras, hacer los arreglos, estima definir la sonoridad, si los músicos son pertinentes o no, si los arreglos de las bandas son pertinentes o no, ese es el productor musical mirado de la industria de la música. Luego hay

otro que se llama el productor discográfico, es el que se encarga en el resto de la operación, como transformas la canción de un artista a un *hit* mundial o en un éxito o en un artista reconocido”.

“El productor musical – continúa Salazar – es capaz de cambiar y ejecutar a la banda y la letra, el artista debe obtener ideas para la creación de una canción, hacer una canción de tres minutos treinta, etc. Eso en Chile es poco conocido, hay muy pocos productores. Somos un mercado muy chico, no hay veinte productores, hay tres o cuatro y todos son diferentes. Algunos ayudan a escribir las letras otros hacen los arreglos, otros se meten al estudio y otros a la grabación. Es un negocio muy complejo, que en grandes mercados funciona así (...) son cosas que se van desarrollando a medida que el mercado lo respalde”.

Carlos Salazar fue gerente de producto y producción, entre 1991 a 2001, en la multinacional EMI (antigua Odeon), trabajando junto a artistas nacionales como extranjeros, llevando las producciones locales al reconocimiento internacional. Posteriormente, a finales de 2001, ocupó el cargo de gerente de producción en la

Sociedad Chilena del Derecho de Autor (SCD), siendo responsable de la dirección artística, de marketing, promoción y gestión, además de liderar dos proyectos de sellos independientes: Sello Azul y La Oreja. En 2014, lideró el proyecto del primer sello discográfico perteneciente a una estación televisiva – Chilevisión – sumando además su trabajo en la producción artística y de las competencias del Festival de Viña del Mar 2017.

Salazar cuenta el *modus operandi* de la producción musical nacional: “La industria de la música, lo que incluye la producción artística y discográfica, funcionó de la misma manera desde hace cincuenta años o más, cuando en el fondo se crea la música como formato consumible masivamente”.

“En esencia – prosigue – se grababa una canción, y dicha obra era difundida en las radioemisoras a través de un disco *single*, – que también era comercializado –, si el artista tenía éxito, en ese caso, se grababa una segunda canción, y así, si conseguía más éxitos, se procedía a la grabación de un EP, en un formato traducido en un disco de acetato de 45 pulgadas, que incluía todas las canciones del artista, los singles entre otras”.

“Este método siguió desarrollándose de la misma forma con el cassette, el CD, etc. En definitiva, todo ha sido en función de una canción, luego un disco, luego desarrollar una estrategia de marketing de promoción entorno al artista, si te iba bien seguía invirtiendo si te iba mal *para la casa*”, sentencia Salazar. Luego comenta que “con el paso del tiempo, la estrategia de grabar y promocionar de la compañías disqueras cambió, invirtiendo el orden. Es decir, las compañías grababan de inmediato un disco completo, ya no era una canción. Del disco se extraían como mínimo tres *singles* o *sencillos*. Esa era la estrategia básica, si te iba bien se grababa un segundo disco, un tercer disco y eventualmente al tercer o cuarto disco se podía hacer un volumen importante”.

Para Nano Concha, el rol del productor musical ha incrementado su valoración en los últimos años: “Creo que últimamente en Chile se está tomando en cuenta al productor. Antiguamente, no se le daba gran valor a quién hiciera ese trabajo. Eso afortunadamente fue cambiando con los años. En la actualidad, un productor está también encargado de visualizar el concepto del músico... finalmente, el artista

pasa a ser un producto. Y este canaliza en que segmento quiere exponer al músico”.

Para el bajista de Los Ángeles Negros cree que siempre ha habido un grado de desorientación respecto al trabajo del productor musical en Chile. Nano menciona el ejemplo del artista nacional Douglas, que según su apreciación lo ubica como uno de los mejores intérpretes nacionales. Argumenta que no es posible que después de 10 ó 15 años de comenzar a cantar en una línea muy popular, con música romántica latinoamericana, terminara en un estilo totalmente diferente a lo que venía haciendo. En eso, asevera que el productor cumple un rol fundamental en la carrera y éxito del artista, de guiarlo en un estilo determinado.

De cualquier forma, la estrategia básica utilizada por los productores nacionales se fue complejizando a medida que iban apareciendo nuevos actores en la escena. En un primer momento fue la aparición de la televisión, y Carlos Salazar comenta: “La entrada de la música a la televisión implicó una nueva campaña de marketing de una canción, la gestión de realizar un videoclip era una tremenda inversión, que consistía en contratar un director, actores, diseñadores, etc. Todo eso sustentado en una canción, algo que se inició en los 70’, pero que se popularizaría en los 80’-90’ con la llegada y masificación de MTV. Todo eso en función de una inversión muy grande, que costaba 10 veces más en todas las herramientas de marketing y en los elementos necesarios para apoyar una producción”.

Herramientas claves que se impondrían en los 80’ y 90’. Durante esta última década, el rock y el pop nacional tuvieron una revitalización en la escena, mayormente con la aparición de bandas que traían un sonido fresco, influenciado en parte por los movimientos extranjeros. A esto se le sumaron el resurgimiento de los sellos independientes, quienes seguían posicionándose para competir con los grandes sellos, reclutando en sus filas a nuevos exponentes.

Por aquella época, el sello Alerce decidió dirigir una estrategia al respecto, Carolina Urra lo comenta en su tesis: “A mediados de los años 90’ se gestó en el sello el proyecto llamado *‘El nuevo rock Chileno’* donde comenzaron a editar bandas de rock. Sin embargo, en ese mismo periodo las multinacionales también apostaron fuertemente a la música nacional y muchos de los artistas emigraron

a los sellos extranjeros haciendo que el proyecto fracasara”. En la otra vereda, las multinacionales lograron obtener ganancias millonarias por décadas lanzando músicos chilenos.

Carlos Salazar, productor del sello EMI en aquellos años, comenta la estrategia: “La estrategia de que EMI sacara todos estos discos fue una situación muy fortuita, y eso ocurrió cuando llegó Carlos Fonseca y decide lanzar a mediados de los 90’, un compilado con lo mejor del rock chileno de los años 80’ *¡y fue un boom!*, vendió 25 mil unidades, obtuvo disco de platino y después disco de oro. Entonces el director de la compañía en ese minuto dijo que “si la gente estaba consumiendo música chilena, hay que darles música chilena”, entonces se decidió lanzar músicos y desarrollarlos”, finaliza.



Los directores y productores artísticos fueron decisivos a la hora de posicionar en el estrellato a muchos de los artistas de la década de los 50’ y 60’. Camilo Fernández fue uno de los más importantes.

Para mediados de los 90’, las multinacionales en Chile aumentaron sus ganancias con la edición de discos de artistas nacionales de distintos géneros. Valeria Solís comenta en su libro: “En efecto, el sello EMI editó alrededor de 10 discos anuales aproximadamente durante ese periodo, a lo que posteriormente se sumarían los sellos Warner, Sony y Universal Publishing, que en 1993 aparece con el nombre de Polygram Music Chile, siendo nuevamente Universal Music Publishing en 1999, reclutando a artistas del género rock como La Ley, Aleste y a baladistas como Pablo Herrera y Alberto Plaza”.

Tantas eran las ganancias, que muchos de los artistas que estaban en las multinacionales recibían regalías por adelantado antes de la venta de los discos. Valeria Solís comenta el caso de Pablo Herrera: “El baladista tendría un vuelco en su carrera cuando lo llama el ejecutivo de EMI Julio Sáenz para ser parte del catálogo del sello y graba el álbum Pablo Herrera, donde incluso le adelantan regalías, detalle que no era muy común en el medio nacional, “en el fondo es un crédito porque debes devolver con la venta de los discos, no vuelves a recibir dinero

de ningún disco hasta que canceles la deuda”, explica Pablo Herrera. En su caso, con lo recaudado decide irse a Washington a aprender inglés, sin preocuparse siquiera de la promoción de su álbum, pese a esto, fue muy difundido en las radios y el público lo reconoció como baladista” cuenta Solís.

“En 1971 la CORFO obtuvo el 51% de las acciones de RCA, logrando cambiar las políticas culturales del sello, incluso su nombre fue cambiado por el de Industria de Radio”.
(Juan Pablo González)



El productor musical, Carlos Salazar.

Algo que también proporcionaban las multinacionales, era la disponibilidad de que los artistas de sus catálogos pudieran grabar en estudios en el extranjero. En una entrevista de Valeria Solís a Denisse Malebrán, vocalista de Saiko, comenta: “Hicimos un primer disco en el año 1999, que significó ir a mezclar a Alemania, lo cual en el presente es algo impensable. El sello tomaba a un artista como contratación y le pagaba todo (...) Recuerdo haber hecho videoclips, donde cada uno no bajaba de los cinco millones de pesos en gastos e hice hartos...trabajaba en una industria donde sí había plata, pero había plata para cosas erróneas, porque para el sello era importante mandarte de viaje como lo hice con el segundo disco que se grabó en Los Ángeles (California) ¡entero, entero! y estuve viviendo dos meses allá y me pagaron todo”.

Sin embargo, Malebrán reflexiona: “...Y uno dice ¿cambia en algo que se grabe allá? Puede ser, pero la tecnología te dice que no, porque puedes hacer un disco en casa y puede sonar tan bien como un disco grabado en Alemania, el punto tiene que ver con esta vieja escuela de la opulencia, de querer demostrar que hay más plata y, por tanto, que el disco brillara más, pero es erróneo, porque la plata tendría que haber estado destinada a mandarte a regiones para promocionar tu trabajo”.

La última década del siglo XX, fue un período de transición democrática y social en el país. Musicalmente, la escena se mostraba prolífica con la aparición de nuevos artistas de diferentes géneros y tendencias. Sumando la apuesta de los sellos multinacionales que se aventuraron a movilizar la industria, con estrategias de producción y promoción que se tradujeron en ventas millonarias por mucho tiempo.



El sello Dicap fue una alternativa para aquellos artistas que no calzaban en los sellos multinacionales, transformándose en precursor de los sellos independientes. Alerce, en tanto, fue un sello discográfico creado en 1975. Fue el continuador natural del trabajo realizado por Dicap en años anteriores, cobijando a artistas folclóricos y del Canto Nuevo.

Sin embargo, Solís reflexiona que: “Pese a los esfuerzos de todos los involucrados, la década y el siglo terminan sin garantizar una plataforma industrial en desarrollo. Además, aparecían los primeros grandes signos de la piratería de la música, lo cual, se transformaría en uno de los principales argumentos de las multinacionales para justificar la caída del castillo de naipes que vendría con el nuevo milenio en el país”.

Producción nacional digital

Con una industria consolidada, la sucesiva aparición de formatos de producción y reproducción de música, implicaron un crecimiento y expansión de nuevas tecnologías. Sin embargo, el modelo de producción, grabación, reproducción y difusión se mantuvo casi inalterado, con la excepción de las adaptaciones de los diferentes sistemas. Sin embargo, la creación de internet, cambiaría las reglas del juego en 180 grados, en una escena que para las multinacionales se veía próspero y pujante.

“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 existentes, en términos de adelantos en tecnología de la producción musical y su asequibilidad, han ido repercutiendo también en el quehacer de los artistas, productores y consumidores”, comenta el productor, Ramiro Durán en su tesis de investigación.

Según un catastro hecho por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, entre los años 2010 y 2011, demostró que los dos principales soportes para la producción discográfica actual son el disco compacto, que mantiene una cuota de 28% de presencia y los fonogramas digitales combinados con el formato físico, que ostentan un porcentaje similar y corresponden a un considerable número de intérpretes que escogen una modalidad mixta: es decir, ponen su música tanto a libre disposición – desde Internet – como

“Con el paso del tiempo, la estrategia de grabar y promocionar cambió, invirtiendo el orden. Las compañías grababan de inmediato un disco completo. Del disco se extraían como mínimo tres singles o sencillos”.
(Carlos Salazar)



La entrada de la televisión en la música implicó la creación de video clips como una forma de promoción

a la venta – en CDs – y confirman de paso el incremento desarrollado por la música disponible para descarga desde la red.



Programas internacionales y nacionales de televisión se encargaron de difundir las nuevas propuestas musicales

Se debe considerar que en el periodo comprendido en el catastro, se publicaron 730 discos, los cuales, 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, existen las siguientes procedencias: 39% Netlabels (sellos digitales), 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.

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, bajando a un 23% el último de estos. Según confirma el catastro.

Dos años después, la Asociación de Productores Fonográficos (IFPI) reveló en su informe anual que los ingresos por concepto de suscripción y *streaming* aumentaron en más de un 50% durante 2013, impulsando el crecimiento del mercado musical digital. Cifras que posiblemente van en tendencia de ir aumentando, en desmedro de la música análoga.(www.cooperativa.cl)

Esto hace ver como paulatinamente, los formatos análogos dieron paso a los formatos digitales a internet. En Chile, estos últimos tuvieron una popularidad tardía debido al éxito del cassette y al alto costo de las nuevas tecnologías que trataban de desplazarlo.

Ramiro Durán expone en su tesis que otra de las razones de esta tardanza fue que durante la primera mitad de la década de los 90', la velocidad de las redes de Internet caseras aún no eran funcionales en términos tecnológicos para aguantar un traspaso expedito de archivos musicales a través de las redes, que en aquella época 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”, dice.

Una de las principales característica de los formatos digitales, enfatiza Durán es

que: “Las copias que se puedan hacer del fonograma original quedan perfectas, sin fallas ni errores, algo que no sucede con los formatos análogos, en donde cada copia va perdiendo calidad”, sostiene.

A raíz de este éxito tardío, los formatos digitales en el país no lograron penetrar



en su totalidad en el mercado musical chileno y también a la irrupción de internet y la posibilidad que dio con la descarga de archivos.

Richard Godoy, director de operaciones de IFPI Chile, entrevistado por radio Cooperativa, hace una distinción respecto a qué formatos son los que se están consolidando realmente en el país: “Ha aumentado la cantidad de usuarios que utilizan estas nuevas plataformas (*streaming* o suscripción). Sin embargo, el formato digital ya va decayendo poco a poco”, aseguró.

Una de las razones que da Godoy en aquella entrevista, es que la música disponible en internet es: “Más asequible seguramente y sobre todo ahora con el cierre de Feria Mix, entre otras disqueras, donde es menos probable para una persona común encontrar el disco que andan buscando”.

Los formatos físicos digitales que tuvieron éxito en Chile, fueron aquellos que venían de la mano con Internet. Sin embargo, existieron otros que, a pesar de no haber pasado por el mercado nacional, han sido importantes en la evolución de la producción y post producción musical.

¿Un nuevo cassette?

Si bien para muchos, el cassette fue sólo un dispositivo análogo, éste tuvo un sucesor directo en el ámbito digital. El cassette compacto digital o *Digital Compact Cassette* en inglés (DCC), fue desarrollado por la empresa Phillips en 1992, con la finalidad de reemplazar a su homónimo análogo creado por la misma compañía en los años 60' y que había cosechado mucho éxito, sobre todo en el mercado

musical chileno, que mantuvo su popularidad hasta bien entrada la década de los 90'. Técnicamente, este formato consistía en una cinta magnética de audio, igual que su versión análoga, hecha en base de cromo para dar soporte a la grabación digital y reproducción.

Carlos Kruger, quien fuera hasta hace poco gerente de ventas y marketing de la multinacional tecnológica Phillips por más de dos décadas, cuenta sobre el origen del formato: "Este dispositivo salió al mercado en 1992 bajo licencia de diversas marcas: Phillips, Panasonic, etc. Posteriormente, como todo orden de cosas, aparecieron e, incluso, reproductores para automóviles y un modelo especial, el *Philips DCC-175*, que tenía la particularidad de conectarse al computador, lo que permitía grabar incluso desde este, con copia de seguridad de datos, todo un adelanto para la época".

"Aunque la forma de los DCC eran muy similar a los cassettes analógicos –señala el experto– tenían algunas características que los diferenciaban: El DCC no poseía agujeros en ambos lados, como su antecesor análogo, ya que como todos sus equipos reproductores incluían función auto-reverse, éstos no eran necesarios. En cuanto a la cinta, esta era muy similar, pero estaba hecha de cromo, lo que permitía mayor capacidad y mucha mas calidad".

Otros de las ventajas que observa Kruger del DCC es que tenían una capacidad de 120 minutos de grabación, repartidos en dos lados de 60 minutos. También poseía algo novedoso: Multipistas con 16 pistas de audio con un mecanismo de corrección de errores. Además, de un sistema de datos, que permitía marcar el inicio de las canciones, avanzar y retroceder automáticamente al inicio de cada una de ellas, de almacenar datos como el título de la canción, el artista o las letras de ésta.

No obstante sus ventajas, tanto técnicas como de compatibilidad, este formato no tuvo el éxito esperado, debido a la competencia que implicó el Minidisc y el CD. En Chile, el fracaso se debió al reinado del cassette análogo y el atraso tecnológico que había en el país. Kruger comenta al respecto: "Este formato no ingresó al mercado nacional puesto que era demasiado pequeño para la introducción de esta tecnología, además de presentar demasiadas desventajas como costo de fabricación y comercialización".

El experto detalla que el dispositivo técnicamente implicaba un mayor tiempo de búsqueda de los *tracks* frente al acceso aleatorio que permiten el CD, el DVD y el Minidisc y finalmente menciona que los grabadores para DCC no podían grabar en cassettes compactos analógicos, sólo los podía reproducir, algo poco práctico al quitarle al usuario la libertad de elegir en qué formato grabar, analógico o digital.

El CD: Un dispositivo multiuso

El disco compacto o *Compact Disc (CD)* fue el primer formato con base digital propiamente tal, y los primeros prototipos fueron desarrollados por Philips y Sony, en un comienzo ambas compañías de manera independiente y posteriormente en forma conjunta. Carlos Kruger comenta sobre el origen del formato y cuenta que: “Todo partió en 1974, cuando la corporación tecnológica de Phillips tuvo la iniciativa de formar un grupo para un proyecto con el objetivo de desarrollar un disco de audio óptico de 20 centímetros de diámetro con una calidad de sonido superior a la de los discos de vinilo. Pero, no fue hasta 1977 que se estableció la misión de crear un pequeño disco de audio digital óptico y un pequeño reproductor”.

“El dispositivo fue bautizado como *Disco Compacto*, con la finalidad de igualarlo a otro producto, el mencionado cassette compacto. En cuanto a su tamaño sus desarrolladores tenían como proyecto inicial a 20 centímetros de diámetro, el cual, fue reducido a 11,5 centímetro. Lanzándose definitivamente en 1980”, dice Kruger.

Para mediados de los 90', las multinacionales en Chile aumentaron sus ganancias con la edición de discos de artistas nacionales. En efecto, el sello EMI editó alrededor de 10 discos anuales aproximadamente durante ese período.

Técnicamente, una unidad de CD está fabricada de policarbonato de plástico, al que se le añade una capa pulida de aluminio, utilizada para obtener más longevidad de los datos. De esta manera se refleja la luz del láser (en el rango de espectro infrarrojo, y por tanto no apreciable visualmente). Posteriormente, se le añadió una capa protectora de laca, que actúa como protector del aluminio y en el caso de

otros tipos de discos se ocupa oro, plata, y aleaciones de las mismas, que por su maleabilidad permite a los láseres grabar sobre ella, cosa que no se podría hacer sobre el aluminio con láseres de baja potencia.

Kruger precisa sobre los diferentes tipos de CD: “Hay sólo de lectura: CD-ROM o Compact Disc - Read Only Memory; Grabable: CD-R o Compact Disc-Recordable; Regrabable: CD-RW o Compact Disc - Re-Writable; y de audio: CD-DA o Compact Disc - Digital Audio”.

En el caso de los CD de audio – utilizados en la industria discográfica – en cuanto a su forma grabación y reproducción, Kruger cuenta: “El audio se registra en formato digital, codificado mediante el sistema PCM, o modulación por impulsos codificados, que transforma una señal análoga en digital, con una frecuencia de



El Digital Compact Cassette (DCC), creado por Phillips a inicios de los 90', tuvo la finalidad de reemplazar a su homólogo análogo, sin embargo el éxito le fue esquivo.

muestreo de 44.100 muestras por segundo y con dos canales de sonido estéreo, con una resolución de cuantificación digital de 16 *bits* por canal”.

“Los CD de audio – sigue Kruger – se grababan en un proceso de dos etapas: La primera consistía en la grabación de un disco *master* que se realiza sobre un disco de vidrio pulido cubierto con una delgada lámina de material fotosensible. Un láser de alta potencia vaporiza pequeñas partes del material que recubre el vidrio dejando unas marcas o protuberancias. Luego se ataca al disco químicamente en el lugar de las marcas produciendo pequeños huecos: los llamados *pits* en inglés y los *lands*. La segunda etapa consiste en la grabación del disco estampador que, como dice su nombre, estampa las copias calcando las protuberancias del disco *master*”.

En cuanto a su comercialización, Kruger comenta: “En el 82', Phillips y Sony

62

comenzaron a vender este formato en conjunto, uniéndose posteriormente la compañía estadounidense CBS – hoy Sony Music – entre los primeros títulos grabados y comercializados en discos compactos se encuentra *Sinfonía Alpina* de Richard Strauss, los *valses* de Frédéric Chopin interpretados por el chileno y pianista Claudio Arrau, y el álbum *The Visitors* del grupo sueco ABBA. En un principio la producción de discos compactos se centró principalmente en los Estados Unidos y Europa, lugares de donde eran distribuidos a varias partes del mundo”.

En Chile, el CD llegaría al mercado en la década de los 90’. Sin embargo, no tuvo la misma repercusión del cassette, debido principalmente al alto costo de adquisición del formato y de los equipos reproductores. Prolongando su reinado hasta inicios del 2000.

El periodista, locutor, radiocontrolador y productor de Radio Bio Bio, Gonzalo Barrera, cuenta su experiencia con el formato: “La introducción del CD fue lenta. No todo el mundo tenía, el que poseía uno en casa y con aparato para reproducirlo, era genial! En esa época te podía costar más de ocho mil pesos, que para los

“Los cambios en las plataformas de difusión y el acceso gratuito a estos contenidos musicales compartidos globalmente han ido repercutiendo, también, en el quehacer de los artistas, productores y consumidores”
(Ramiro Durán)

años 95’ o 96’ era mucha plata. Lo recuerdo, porque junté dinero para comprarme mi primer Compact Disc y me costó bastante”, dice.

Si bien en el 2000, el CD pudo desplazar al cassette, su reinado no duró lo suficiente, debido a la aparición del DVD audio y otras formas de reproducción más sofisticadas que no implicaban un formato físico. Los datos corroboran esta afirmación. El periodista, Manuel Maira en su libro *Bajen la música* lo grafica: “Durante la década del 2000, la venta de discos en Chile bajó un 55%, caída que obligó a rebajar las cifras para medir el éxito comercial, el *status* de Disco de Oro que se celebraba al alcanzar las 10 mil copias, fue reducida en 2006 a 7.500 por la Asociación de Productores Discográficos (IFPI). La tendencia siguió a la baja y en 2010 fue reducida nuevamente a 5.000 copias”.

A más de 25 años después de su salida al mercado, parece claro para los expertos, que la decadencia del formato no es una consecuencia de la aparición de nuevos soportes, sino de las facilidades que en el presente posibilitan los formatos comprimidos y de las plataformas *online*.

Reduciendo el formato

El Minidisc (MD) es un formato tipo disco magneto/óptico similar al CD, pero de menor tamaño y con mayor capacidad de almacenamiento. Carlos Kruger comenta sobre este soporte: “El MiniDisc, cuyo nombre proviene de su pequeña medida, fue creado por el gigante tecnológico Sony en 1992, paralelamente al desarrollo del DCC y que se introdujo desde esa fecha en el mercado mundial. Fue diseñado para reemplazar al cassette análogo como sistema de grabación, pero no tuvo todo el éxito que se esperaba, puesto que lamentablemente no logró afianzarse en el mercado norteamericano ni el europeo, solo llegó a ser realmente popular en Asia, puntualmente en Japón, donde abarcó más del 50% del mercado de reproductores portátiles de música”.

Según el sitio web audiomediamuseum.com, en aspectos técnicos, los Minidisc tienen un diámetro de 64 milímetros, pero su velocidad de transferencia de datos es menor: 292 *Kilobits*, frente a los 1,4 *Megabits* que requiere el CD, siendo su principal ventaja el almacenamiento de sonido. Sin embargo, entrega una resolución de 16 *bits*, utilizando una frecuencia estándar 44,1 *Hertz*, igual que un CD.

Por su parte, el ex gerente de Phillips comenta que, en cuanto a la grabación el Minidisc, este utiliza un sistema de grabación digital de sonido que, si bien, se hacía de forma magnética, su reproducción era de forma óptica. Lo que permitía almacenar información como pistas de audio.

Según un catastro hecho por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, entre los años 2010 y 2011, demostró que los dos principales soportes para la producción discográfica actual son el disco compacto, que mantiene una cuota de 28% de presencia y los fonogramas digitales combinados con el formato físico, que ostentan un porcentaje similar.

Otro aspecto mencionado es que los datos se almacenaban mediante un recubrimiento metálico con influencia de un campo magnético, que permitía que esa información mantuviera los datos durante 30 años sin distorsiones o pérdidas. Al igual que el CD, el Minidisc almacena la música en pistas.

Respecto a su reproducción, ésta es totalmente similar a la de un CD, pero Kruger precisa sobre una innovación del Minidisc: “Este dispositivo incluía una memoria de almacenamiento o *buffer*, para el contenido digital, el que era guardado en forma temporal, aspecto que permitía leer la información musical previamente, es decir, era procesada antes de ser reproducida. De esta manera se eliminaban los *saltos* o cortes que se presentaban cuando los equipos se sometían a vibraciones fuertes, algo que el CD no disponía”.

“Entre sus características más destacadas estaban la posibilidad de regrabar contenido varias veces sin perder la calidad, siendo además que la grabación podía ser en tiempo real, o bien, a través de un software especial llamado Sonicstage -desarrollado por Sony- que se incorporaba al computador. Esta versatilidad del formato hizo que fuese apreciado por los músicos, ya que algunos modelos tenían entrada de línea lo que permitía grabar directamente desde una mesa de sonido”, dice Kruger.

Posteriormente, Sony lanzó una nueva generación de Minidisc equipados con una tecnología llamada *MDLP* o *Minidisc Long Play*. Ésta permitía almacenar en un disco común de 74 minutos hasta 300 minutos de música.

Sin embargo, y pese a las mejoras introducidas, el formato quedó por debajo de las expectativas que tuvo el CD. Carlos Kruger comenta sobre ello: “En Chile, pasó totalmente inadvertido aunque sí se pudo ver en estanterías de tiendas discográficas, en algunos títulos originales, reproductores de gran formato y minicomponente. Finalmente, y hace muy poco tiempo, Sony retiró de forma definitiva los Minidisc, el motivo es muy parecido a lo ocurrido con el CD”.

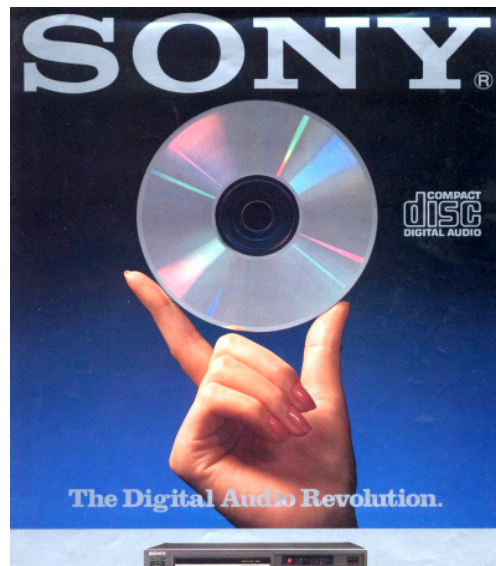
Música a un click

La aparición de internet y la revolución que implicó en el mundo de las comunicaciones, hizo que algunos desarrolladores comenzaran a crear diversas formas de subir contenido en la red. De ellos, el MPEG-1 Audio Layer III, conocido popularmente como MP3, fue el primero que se popularizó con internet y que se potenció gracias a éste. Carlos Kruger habla sobre su origen: “El MP3 es un formato de compresión de audio digital, que fue creado por la compañía *Moving Picture Experts Group o MPEG*, que dió el nombre, no obstante, muchos desarrolladores anteriormente ya habían inscrito patentes de éste, a principio de los años 90`. Pero, no fue hasta mediados de esa década, cuando el alemán Karlheinz Brandenburg, director de tecnología del Instituto Fraunhofer IIS, usó por primera vez la extensión *mp3*. Al poco tiempo, el instituto percibiría por concepto de patentes millones de euros. Diez años más tarde la cantidad, el monto se habría triplicado” dice.

En términos técnicos, Carlos Kruger comenta que el MP3 mediante la utilización de un algoritmo de compresión de datos, permite eliminar sonidos de baja calidad que son imperceptibles al oído humano cuando varios de ellos suenan a la vez. Para ello, el sistema detecta estas fallas de sonido bajo condiciones de enmascaramiento, es decir, cuando el oído está expuesto a dos más sonidos simultáneos.

Esta comprensión permite eliminar errores de sonido durante la grabación.

A mayor compresión más imperceptible es el sonido al oído humano, cuya percepción va entre los 128 Kbps hasta los 90 Kbps. A menos que se tenga un dispositivo de alta resolución donde se pueda percibir las fallas de sonido comprimido. Sin embargo, esta compresión de los datos de audio, implicaba que la calidad de sonido disminuía. Para solucionar eso, se creó



El CD, fue el primer formato de carácter digital, el que mejoró la calidad del sonido respecto a los antiguos formatos análogos

un patrón que dividía la señal en bandas de frecuencia y luego eran medidas en función del umbral de detención de ruidos, es decir, calculaba la cantidad de acople en cada frecuencia, comenta Kruger.

“Las frecuencias de sonido son analizadas mediante repeticiones de ruido o bits, que eran examinadas y almacenadas en un banco de filtros llamado *signal-to-mask ratio*, de las que algunas eran descartadas y otras guardadas, éstas últimas se ajustaban a la asignación de bits de cuantificación, según el esquema utilizado, el que finalmente era almacenado en un códec o codificador de audio... todo un entramado muy complejo”.

En un principio, el plan de sus desarrolladores era crear un codificador que le permitiese convertir la música en archivos de sonidos comprimidos para la industria musical. Sin embargo, sucedió para ellos la desgracia. En 1997, un estudiante australiano adquirió un programa similar, examinó su funcionamiento y posteriormente subió a la red un codificador libre para todos. Desde ese momento todo cambió. Ahora cualquier CD de audio podía transformarse en el manejable archivo mp, que no era demasiado pesado para las entonces lentas conexiones a Internet.

Una vez desplegada esta nueva tecnología, paralelamente otras empresas del rubro también comenzaron a desarrollar formatos de compresión de audio como por ejemplo el Windows Media Audio de Microsoft, el que empezó a ser masivamente incluidos en programas de audio para computación, dispositivos, sistemas operativos, teléfonos celulares y reproductores portátiles, logrando que el MP3 compartiera popularidad con los otros formatos digitales de ese entonces.



El álbum The Visitors, del grupo sueco Abba, fue el primero en ser producido, grabado y difundido en formato CD

Tras el perfeccionamiento de reproductores portátiles, así como su combinación en radios para automóviles y minisistemas de sonidos caseros, el formato MP3 en 2002 va más allá del mundo de la informática, introduciéndose en el mundo de la música.

Kruger comenta: “Su éxito se debió principalmente a Internet, ya que hizo posible además el intercambio de archivos musicales. Esta nueva dinámica de consumo musical fue lo que impulsó a la aparición de empresas como Napster, Kazaa, Ares Galaxy, Morpheus, Emule, entre otros que, con sus servicios gratuitos de intercambio de archivos permitieron a los aficionados a la música compartir sus colecciones de MP3 fácilmente con otros usuarios, lo que posteriormente originó las protestas de las instituciones de protección de derechos de autor”.

En efecto, la aparición de estas empresas servidoras de intercambio de archivos musicales, hizo que varias casas discográficas multinacionales iniciaran juicios por violaciones a derechos de autor, además de crear campañas junto con los artistas para derribar a estas compañías, que – según las disqueras– propiciaban la piratería.



Sin embargo, para los usuarios, estos servidores constituían un ofrecimiento gratuito de música, sin necesidad de depender de las disqueras. Kruger comenta el caso de Napster: “A inicios del nuevo milenio, la masiva accesibilidad de servicios de descarga gratuita, principalmente Napster, hizo que las multinacionales discográficas iniciaran un juicio por violaciones a los derechos de autores. En el caso de este último servicio, en vez de perjudicarlo, le trajo una enorme popularidad y varios millones de nuevos usuarios”.

Kruger, además menciona que para estos usuarios, la defensa de Napster era legítima, puesto que la empresa argumentaba que la característica de compartir archivos era una cualidad inherente de Internet, y no únicamente de Napster, quien actuaba simplemente como un buscador. Por otro lado que, al ordenar su clausura, sólo se conseguiría que los usuarios emigraran hacia otros servidores de intercambio de archivos musicales online, que fue lo que sucedió posteriormente con la aparición de Kazaa, emule, Ares, etc. señala.

Finalmente, la justicia falló a favor de las grandes discográficas, Napster fue

cerrada y condenada a pagar alrededor de 26 millones de dólares por daños, y otros 10 millones por daño a futuras licencias. Esta batalla legal terminó por llevar a la empresa a la bancarrota en 2002. Si bien, fue un triunfo para las multinacionales, lamentablemente para ellas, la condena de Napster no pudo frenar la aparición de otros buscadores similares y la infinidad de descargar música gratuita.

Para los artistas, el tema de Napster los dividió, Kruger comenta: “Algunos artistas se mostraron satisfechos con la condena contra Napster, como fue el caso de la banda norteamericana Metallica que descubrió que el demo de la canción -I Dissappear- había estado circulando a través de Napster desde antes de que fuera distribuida. Lo mismo le sucedió a Madonna con su canción Music, que había sido difundida por la misma compañía antes de su lanzamiento oficial”.



“En cambio, artistas como Radiohead apoyaban a la empresa, argumentando que el intercambio de archivos realmente estimulaba el negocio y los beneficiaba más a ellos que a las grandes multinacionales que ganan a costa de su esfuerzo y creatividad”, finaliza Kruger.



El MP3, fue el primer formato popularizado gracias a Internet, su introducción causó una verdadera revolución a la hora de producir,

Muchos artistas han declarado, particularmente aquellos que no pertenecían a sellos discográficos, no tenían acceso a los medios masivos de comunicación como la televisión y la radio para difundir su música, que Napster y los demás servicios de intercambio de archivos han ayudado a que sus canciones sean conocidas y escuchadas, a

aumentar la aprobación del público y una mejora a sus ventas.

Actualmente, muchas de los servicios de intercambio de archivos musicales han perdido popularidad debido a que sopeen contenido vírico afectando a los clientes que descargan sus contenidos . Algunas de ellas han cerrado por este motivo como Emule y Ares. Otras en cambio, han logrado acuerdos de cooperación con otras empresas de servicios, como es el caso actual de Napster, que años después del juicio que le hizo desaparecer, logró resurgir mediante una alianza estratégica con Movistar para la distribución exclusiva del servicio streaming de música en Latinoamérica .

Carlos Kruger reflexiona sobre los efectos del sistema MP3 en la población:” Sin duda que el MP3 cambió la forma de como hacer, grabar y disfrutar de la música, sobre todo lo último, puesto que las personas pueden escuchar sus canciones favoritas de la forma más sencilla ,

En 1997, un estudiante australiano examinó el mecanismo y colgó en la red un codificador libre para todos. A partir de entonces, cualquier CD de audio podía transformarse en el manejable archivo MP3, que no era demasiado pesado para las entonces lentas conexiones a Internet.



El formato, como sus equipos reproductores, tuvieron una lenta acogida en el público nacional, esto debido a su alto costo. Panorama opuesto a lo que aún ofrecía el cassette.

descargándolas a un solo un *click*. Así como también la posibilidad de crear una lista de reproducción o *playlist* en un solo dispositivo”.

Este avance tecnológico fue captado por otras compañías que vieron en esto un negocio próspero. Con la posterior aparición del *iPod* en 2001, y de tiendas de



Las descargas gratuitas por medio de empresas servidoras como Napster y Ares, hizo que las multinacionales y algunos artistas llevaran a éstas a juicio por violaciones a derechos de autor.

música digital legales, el formato se reforzaría, pero está claro que las disputas respecto al *copyright* sólo comenzaron aquí, y están lejos de terminarse.

En la actualidad, según replicó el diario La Tercera, de un comunicado oficial, que la compañía alemana Fraunhofer IIS, anunció que no volverá a renovar las patentes del formato, poniendo la lápida definitiva al códec de audio digital que en su momento transformó la industria, que asoció a la música con internet, y que con los años abrió la senda para el actual modelo de negocios y de consumo musical.

Plataformas digitales de música

Las plataformas digitales son sistemas de distribución de contenidos a través de Internet, que pueden ser *softwares*, películas, videojuegos, libros, música, etcétera. Siendo estos reproducibles en computadores como en equipos portátiles, como en celulares *smartphones*, entre otros. Carlos Kruger habla de sus atractivos y plantea que: “El atractivo principal de la distribución digital es su naturaleza directa, que puede ser por descarga de archivos o vía *streaming*. Desde el punto de vista de los artistas –sobre todo los independientes– hizo que pudieran por primera vez acceder a los mismos canales de distribución que aquellos que pertenecían a las empresas discográficas más importantes, sin prácticas restrictivas ni exagerados costos de manufacturación, sin firmar e independientes de distribuir sus obras directamente a tiendas de música en línea, y en algunos casos marketing y promoción”, comenta.

Una de las características principales de éstas es la fácil producción, que a diferencia de los formatos y tiendas de presencia física, el producto no necesita ser creado en masa para abastecer a los vendedores y consumidores. Sino que con una sola copia original, se puede rápidamente centuplicar para satisfacer la demanda.

Sin lugar a dudas que las plataformas digitales conllevan en gran medida a reducir los costos de mantenimiento, puesto que no se necesita mantener un recinto o bodega para albergar el material musical, ni tampoco preservar el producto del natural deterioro. Se puede mantener una lista de productos aptos para la compra, aún cuando no sea en formato físico.

Digitalización musical

El nuevo milenio traía bajo la manga nuevas tecnologías, así como también nuevas formas de entender la música. Este nuevo panorama hizo que surgieran varias interrogantes como ¿Qué traía el nuevo milenio en materia digital?, ¿artistas nuevos v/s artistas reinventados?, ¿nuevas estrategias de marketing? Todo se veía prometedor, pero atemorizante a la vez.

En nuestra escena nacional, algo que sí se veía cierto, era la tendencia que venía desarrollándose de la década anterior y Valeria Solís lo detalla: “Desde mediados de los 90’ de la mano con la tendencia a la globalización y tras el éxito logrado anteriormente, por Los Tres y La Ley, aparecieron artistas que también deciden conquistar otros mercados no sólo por un tema de subsistencia, sino para desarrollarse como creadores e intérpretes.

Algunos de los jóvenes emergentes del nuevo siglo que apostaron por esto, fueron el grupo pop Kudai y la banda rock penquista “Los Bunkers”.



La banda de rock, Metallica, demandó a Napster por infiltrar una canción aún no publicada por la banda, esta última fue obligada a retirar la canción de su red.

Entre las más populares plataformas digitales destinadas a la descarga y distribución



DEEZER	2009	Francia	Daniel Marhely	Se accede con una cuenta o suscripción en la plataforma para poder ingresar a ella. Posee reproducciones ilimitadas. Existen dos tipos de cuenta premium y Discovery.	<ul style="list-style-type: none"> • Escuchar música vía streaming. • Usuarios pueden comunicarse vía mensajes privados. • Permite escuchar playlists de otros usuarios que estén inscritos.
APPLE MUSIC	2014	EE.UU.	Apple	Cuenta con diferentes formas de escuchar música. Entrega a sus usuarios otros servicios el fin de tener una mayor cantidad de usuarios y superar a Spotify.	<ul style="list-style-type: none"> • Contiene la función de aplicación con membresía y gratuita. • Posee función radio, con la cual se reproducen pistas de un mismo artista o distintos. • Uso con y sin conexión a internet.
GOOGLE PLAY MUSIC	2011	EE.UU.	Google	Permite acceder, por el buscador, en equipos con sistema operativo Android. El dispositivo permite almacenamiento gratuito de canciones, que pueden ser sincronizadas en la nube.	<ul style="list-style-type: none"> • Accesible para todo tipo de usuario, ya sea estacionario (desde un computador) o desde los celulares.
SPOTIFY	2008	Suecia	Daniel Ek y Martin Lorentzon	Ofrece escuchar música en modo radio buscando por artistas, álbum, o lista de reproducción existente o que pueden ser creadas por los propios usuarios.	<ul style="list-style-type: none"> • Transferencia de archivos de audio a través de la combinación de servidores. • Se debe configurar una cuenta, esta puede ser pagada o gratuita • Se pueden guardar canciones en smartphones como un disco

Solís detalla la historia de ambas bandas: “Kudai nace a principios del 2000 interpretando *covers* italianos. Cuatro años después estarían editando su primer disco con canciones originales que se convertirían rápidamente en un suceso *pop*, ubicando en el número uno de las radios a varios singles y logrando ser el disco más vendido del año 2005 bajo el sello EMI. La popularidad de estos jóvenes que fueron creciendo en los escenarios alejados de Chile, llegando a la cima en el año 2008, cuando obtienen el premio MTV Latino como mejor artista pop del año y mejor grupo del momento, un éxito meteórico en tan solo tres años”.

En el caso de Los Bunkers, Solís cuenta: “La historia de Los Bunkers es menos vertical, pero no por eso menos exitosa. Sus integrantes venidos de Concepción mostraron desde sus comienzos, en 1999, simpatía por la música y el estilo de los años 60’, particularmente de The Beatles, The Who, Bowie o Dylan, con mezcla de música nacional de artistas como Violeta Parra y Víctor Jara, creando una simbiosis de ambos estilos. Sus primeros éxitos llaman la atención de la radio Rock and Pop, abriendo las puertas a su difusión radial masiva. Logrando su visibilidad a nivel nacional y latino al grabar el primer *videoclip* que alcanza las pantallas en MTV”.

“En 2001 –continúa Solís– la difusión y promoción de nuevos singles permite que tuvieran dos nominaciones a los Premios MTV y la prensa del espectáculo chilena los considerara el mejor grupo de ese año. Para el año 2005, sus cuatro discos de estudio estarían ubicados como los discos más vendidos por músicos chilenos en el extranjero, siendo discos de oro en México y en Estados Unidos”. “En 2008, Los Bunkers se radicarían en México. Mientras alcanzaban los primeros lugares en las radios mexicanas”, finaliza.

Sin duda, la nueva camada de artistas nacionales lograron algo que sus predecesores no todos consiguieron, salvo excepciones como Lucho Gatica y Los Ángeles Negros, eso fue la internacionalización de sus carreras y lo que es más, en tan corto tiempo. Un fenómeno que en parte se debió a los recursos obtenidos por las multinacionales desde la década anterior, más el cambio generacional de músicos que se atreverían a adoptar estilos musicales impensados en los 90’, lo que causaría un impacto en la escena musical nacional.

Esta nueva generación de artistas emergentes se atrevieron a seguir estilos de los más variados, como por ejemplo: Sonidos tropicales mezclados con ska jamaicano

de Juana Fe; El rock de Difuntos Correa; El *folk* y trova de Chinoy, Camila Moreno, Nano Stern, Pascuala Ilabaca y Manuel García; El *electropop* de Javiera Mena, Gepe, Dënver, Astro, Francisca Valenzuela, Fakuta y Alex Anwandter, etcétera.

Todos ellos enmarcados en un periodo corto de tiempo que hace difícil tener una visión más amplia de cada uno. Sin embargo, tienen en común haber logrado éxito en un periodo de crisis de la industria, debido principalmente a la irrupción y paulatina masificación de internet y a programas para compartir archivos musicales.

Internet revolucionó en todos los sentidos a la escena musical. Los consumidores vieron en esta herramienta una forma fácil, rápida y por sobre todo económica, incluso gratuita, de conseguir música, sin la complicación de depender de una disquería y pagar un precio alto por un CD o cassette, cuya forma de reproducción ya estaba quedando obsoleta con la introducción de los sistemas de MP3, entre otros que se sucederían.

Este cambio de escena, también repercutió en la industria discográfica. Ramiro Durán en su tesis, comenta : “La llegada de la digitalización cambió la apropiación de las esferas artísticas por las grandes discográficas, ya que los espacios digitales dieron una mayor accesibilidad de la música a distintas y mayores audiencias, representando 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 planteamiento del material musical”.

Sin embargo, la industria veía todo esto como una amenaza a su negocio que por décadas había permanecido inalterado. La primera y principal causa de la debacle fue la piratería, con el CD en un primer momento. El periodista, Manuel Maira en su libro *Bajen la música* dedica un apartado a este tema con una entrevista a Óscar Sayavedra, quien fuera manager de Soda Stereo, así como director artístico y de marketing de varias trasnacionales. Además, critica la estrategia que éstas mantenían: “Les decía a los ejecutivos, no podemos vender en Chile un CD a 25 dólares, cuando en EE.UU el mismo CD valía 17 dólares... Estábamos estirando un elástico que nos iba a pegar en el tobillo y nos hará mierda”.

“Los sellos ganaban millones con las reediciones de catálogos musicales – continúa Sayavedra – entonces empezaron a ganar mucha plata con álbumes que no requieren inversión en publicidad, marketing ni grabación. Sin embargo, cuando la piratería comenzó, en vez de enfrentar el problema con nueva estrategia, nadie quiso soltar la teta”, finaliza.

Manuel Maira, en *Bajen la música*, añade: “Las ganancias emborracharon y marearon a los sellos. Había demasiado dinero y nadie quiso trabajar mirando el escenario que se armaba con las nuevas tecnologías, pero lo que hicieron fue tratar de exprimir el modelo existente que tanto rendía y que terminó por agotarse. Con la aparición del MP3 y copiadores de CD, más los programas para descargar música, los sellos se enfocaron en tratar de derribar estas formas de – según ellos – piratería, en vez de ver en ellos una oportunidad de entrar al mundo digital. Hicieron todo lo contrario, manteniendo los discos a los mismos altos precios, distanciándose de las nuevas formas de escuchar y reproducir música”.

En Chile, los servicios de intercambio de archivos no afectaron a gran escala a la industria musical, el problema acá radicó en la copia de CD piratas y la venta informal de estos. Algo que se combatió con campañas como *No mates la música*.

Sin embargo, la nueva tendencia ya estaba instalada. Carolina Urra en su tesis afirma que: “Los sellos multinacionales han sufrido considerables bajas en las ventas. Se cree que durante el año 2005, uno de cada tres discos comprados era un disco pirata, alcanzando pérdidas de casi 30 millones de euros a nivel mundial.

“Los espacios digitales dieron una mayor accesibilidad de la música a distintas y mayores audiencias, representando una gran oportunidad para los músicos y, por ende, para el desarrollo de una mayor diversidad de los discursos artísticos”
(Ramiro Durán)

En nuestro país los sellos también han sufrido pérdidas importantes y las oficinas y personal se han visto disminuidas con el correr del tiempo”.

Valeria Solís también lo afirma y va más allá: “En Chile, las cosas fueron más radicales, pues no sólo redujeron oficinas, personal, disminución de contrataciones o compras de un sello por otro, sino que además, en forma paulatina, dejaron de grabar a los artistas nacionales”. Manuel Maira agrega en *Bajen la música*: “Los artistas emergentes no tuvieron cabida. Además, comenzó la depredación, EMI fue absorbida por Universal y Sony se fusionó con BMG hasta que la sociedad estuvo en riesgo de quiebra y debieron separarse”, relata.

Es más, Maira revela en su libro cifras esclarecedoras: “En el último tiempo, las ventas de los grandes sellos agrupados en la IFPI Chile, cayeron en un 11%, mientras que las ventas digitales subieron un 47% en el mismo periodo (2012-2013)”.

La crisis de las multinacionales significó el fin de los contratos que los artistas nacionales mantenían con éstas, pero paralelamente favoreció en parte a la aparición de sellos independientes, que desde finales de los 90’ se gestaron, según los expertos, como la única manera



Uno de los síntomas de la debacle de las discográficas, aparte de Internet, fue la piratería, acrecentada por la negativa de la industria a bajar sus precios.

**“Los sellos multinacionales han sufrido considerables bajas en las ventas. Se cree que durante el año 2005, uno de cada tres discos comprados era un disco pirata, alcanzando pérdidas de casi 30 millones de euros a nivel mundial”.
(Carolina Urra)**

de sacar a luz la música chilena. Estos, a diferencia de las multinacionales, se acomodarían al nuevo panorama con nuevas estrategias. Mencionando además, la negativa de los grandes sellos a seguir editando artistas nacionales, centrándose solamente en relanzar títulos de sus catálogos.

Desarrollando aún más el tema, Carolina Urra menciona la estrategia de estos pequeños emprendimientos: “Los sellos independientes cuentan con una pequeña cantidad de bandas, un promedio de 10 artistas en cada uno, esto porque prefieren dedicarse de manera más integral a los artistas. En general éstos reciben mayores porcentajes por ventas de discos en estos sellos que en los extranjeros. Esto debido en parte a que los primeros realizan una menor inversión en publicidad”.

“A pesar de este surgimiento de los sellos independientes –continúa Carolina– que han permitido a las bandas participar con los procesos de edición y distribución de material fonográfico, a una escala pequeña, aún no nos permite hablar de una industria musical 100% exitosa. Es por esto que, la mayoría de las bandas y solistas han optado por la autogestión e independencia del trabajo musical actual, haciendo del termino *indie*, del inglés *independent*, en un calificativo a la música chilena actual” finaliza.

“En la actualidad, el ya pertenecer a una gran casa disquera no representa necesariamente la única manera de darse a conocer y generar contactos, las posibilidades de autodifundirse a través de las redes permite el desarrollo de una escena musical mucho más horizontal y participativa”. comenta Ramiro Durán en su tesis, respecto al ingreso de nuevos músicos a la escena artística nacional.

*“A pesar de este surgimiento de los sellos independientes... aún no nos permite hablar de una industria musical 100% exitosa. Es por esto que, la mayoría de las bandas y solistas han optado por la autogestión e independencia del trabajo musical actual”
(Carolina Urra)*

“La creación de nuevos sellos independientes y digitales – prosigue Durán – 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. 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”.

Los sellos independientes que destaca Durán son: Quemascabeza, Sello Azul, el icónico sello Alerce, Escarabajo, Miranda Discos, Cápsula Discos, Algo Records y el – hoy extinto – sello La Oreja, por mencionar algunos. Estos en su mayoría funcionan de forma virtual a través de sus páginas web, algo muy lejano a lo que antiguamente funcionaban las multinacionales, en edificios corporativos de varias oficinas.

El tesista hace referencia a uno de estos sellos independientes en *Creación Musical y Transformaciones Tecnológicas*, comenta que: “El sello Quemascabeza, partió en el año 1998, de la mano de Walter Roblero, fruto de la necesidad de los integrantes de su grupo musical llamado *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 grandes disqueras no satisfacían sus necesidades como banda”.

“Ellos 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”, dice Durán.

Para el autor claramente esta estrategia les ha funcionado, ya que sus artistas han conseguido crecer en convocatoria y son muy conocidos a nivel nacional e internacional, entre ellos: Gepe, Javiera Mena, Chinoy, Manuel García, etc. Por otro lado, es en las presentaciones en vivo donde se venden los discos físicos.

En una entrevista de Ramiro Durán a Walter Roblero, fundador de Quemasucabeza, menciona el posicionamiento que ha logrado su iniciativa: “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, ahora todo funciona con esta lógica”.

Un aspecto cuestionable de los sellos independientes son los criterios de selección de sus artistas, y al respecto Carolina Urra cuenta: “Los criterios de selección de las bandas son ambiguos y más ligados a las simpatías existentes en el medio que al talento musical en sí, sin embargo cada sello ha tratado de definir un estilo en particular”.

En la misma lógica, Ramiro Durán menciona que: “El hecho de que en esta nueva escena más horizontal de la producción, se dé 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”.

Sin embargo, el surgimiento de sellos independientes no para. Una reciente iniciativa a nivel local pretende marcar un hito en la escena musical chilena, se trata del centro *Pianista Valentín Trujillo*, el primer sello discográfico municipal del país.

Según el medio Rockerio.cl, esta nueva propuesta ubicada en la comuna de Quilicura, pretende cumplir el sueño de que artistas locales, el que puedan grabar sus obras de manera profesional, entregando un ‘servicio de primera’ con equipos de la más alta tecnología. Fomentando el desarrollo de artistas que no pueden acceder a la profesionalización por el alto costo asociado.

Además, se destaca otra propuesta en colaboración mutua que existe entre sus integrantes para potenciar la música. Así lo han definido Patricio Cáceres y Felipe Schuster a Guarida Sónica, el nuevo sello discográfico de la música nacional. En una entrevista al medio online www.rutarock.com ambos músicos encabezan este proyecto, en que esperar seducir a más compositores para participar de un trabajo que, según ellos, “nos convierte en productores, gestores y músicos de nuestros

propios trabajos”.

“Poco a poco vimos que la instancia era buena para generar lazos con otros cantautores. Además, podemos formar nuevos músicos, y dar vida a un nuevo catálogo musical para el país”, comentaron sus creadores al medio digital, quienes además dejan la invitación a cualquier músico a participar en esta iniciativa”.

Ante el nuevo panorama, Felipe Vuletich establece una diferencia y comenta al respecto: “la industria discográfica desapareció. Principalmente en sus dos áreas más importantes: La venta de discos y la grabación de discos. En la primera área, los artistas ahora promocionan su música a través de internet, mediante las plataformas que ésta ofrece, sin necesidad de invertir grandes cantidades de

**“Los artistas ahora promocionan su música a través de internet, mediante las plataformas que ésta ofrece, sin necesidad de invertir grandes cantidades de dinero, que era donde estaba el negocio de los grandes sellos”.
(Felipe Vuletich)**

dinero, que era donde estaba el negocio de los grandes sellos. En la segunda, la grabación también puede hacerse sin mucha complicación, tú puedes auto producir en un estudio muy pequeño en tu propia casa grabas un tema y lo editas con programas digitales que puedes instalar en tu computador, ya no se necesitan tanto intermediario para grabar”, enfatiza.

Sin embargo, Nano Concha se refiere también a la crisis que según él era algo que se veía venir: “Hace 30 años que se sabía que venía este cambio, de los procesos digitales y que finalmente se venderían de manera virtual”. Para el

musico fue lamentable puesto que esta situación hizo que las multinacionales perdieran el control, ya que, muchas de ellas tenían divisiones de producción musical y también poseían filiales de productos electrónicos propiciando la piratería. “Era insólito -prosigue Nano- que Sony Music dijera no a la piratería, mientras Sony Internacional estuviera ofreciendo aparatos, como cassettes, CD vírgenes y grabadoras para grabar y bajar de internet. Ese doble discurso los sorprendió y los mató... fue más rápida la tecnología que la reacción”.

No mates la música, compra siempre el original, era la campaña que la Sociedad Chilena de Derechos de Autor (SCD) usó a principios de la década del 2000 para combatir la piratería que se originó en el país, gracias a las nuevas tecnologías que permitía la copia y venta de CD y cassettes, sumándose la introducción de internet. Manuel Maira en *Bajen la música* relata la implicancia de la campaña: “El objetivo de la campaña era erradicar la piratería, sin embargo, quienes vendían discos no estaban dispuestos a bajar los precios y avanzar en la adaptación digital, algo que finalmente no lograron, puesto que incentivar la compra del original en una disquería era como incentivar a un enfermo terminal a mejorarse tomando una aspirina”.

Es más, en una entrevista que el mismo Maira realizó a Angelo Pierattini, vocalista y guitarrista del grupo rock Weichafe, comenta cómo fue el impacto de esa campaña: “Los músicos chilenos se cuadraron en masa con el *No mates la música*, hasta que me di cuenta que la campaña al único que protegía era a la industria y no al artista, porque éste último, por contrato, finalmente ganaba entre el cinco y el ocho por ciento del precio de venta de cada disco, una miseria. Visto así, a nosotros como músicos nos convenía el pirateo, nos convenía estar en todos los computadores, en el MP3, en la descarga gratuita, etc. Finalmente el que compra discos, es el fanático del formato, independiente que lo haya bajado de internet antes”.

“Era insólito que, por ejemplo, que Sony Music dijera no a la piratería, mientras Sony Internacional estuviera ofreciendo aparatos, como cassettes, CD vírgenes y grabadoras para grabar y bajar de internet”.
(Nano Concha)

Este fenómeno de la digitalización también se ha traducido en ventas, Manuel Maira en *Bajen la música* menciona: “En 2014, los ingresos generados por vías digitales en el mundo igualaron, por primera vez, a los del formato físico. Lo digital es la

suma de las descargas pagadas en tiendas virtuales como *iTunes*, y otra importante área de negocios concentrados en el *streaming*, además de las reproducciones de *Youtube* y servicios como *Spotify* y *Deezer*".

Desde este nuevo paradigma, los sellos tradicionales han tenido que adaptarse antes de correr el riesgo de desaparecer. En una entrevista realizada por Valeria Solís a Tulio Bagnara, ejecutivo del sello EMI, explica cómo se han adaptado a este nuevo consumo de lo digital que le quita el reinado a los formatos físicos: "Estamos



"No mates la música" fue la campaña ideada por las grandes discográficas para combatir la piratería

"La campaña contra la piratería solo protegía al margen de ganancia de la industria, no así al artista, porque éste, por contrato, finalmente ganaba entre el cinco y el ocho por ciento del precio de venta de cada disco, una miseria.

Visto así, a nosotros como músicos nos convenía el pirateo".

(Angelo Pieratini)

en un proceso de adaptación con internet. Hubo una luz con el tema de la telefonía y los *ringtones*. Esto va a la par con la tecnología y si va a cambiar tenemos que generar otro modelo de negocios, por ejemplo, hoy puedes bajar toda la música que quieres por 1.990 pesos, y la compañía que administra el catálogo puede subir sus ventas en el mercado digital. Por ejemplo, hoy en EMI tenemos el número 1 en venta a través de los archivos digitales".

Estos datos van directamente relacionados a la nueva forma de consumo de la música. Carlos Salazar menciona al respecto: "En estos momentos, lo que hace internet es nuevamente obligarte a adquirir una canción, mediante las plataformas digitales. Éstas, lo que hacen es invitarte a escuchar una canción y si te gusta, puedes escuchar una segunda y eventualmente una tercera, hasta que en una de esa te compras la canción. Por lo tanto, la industria lo que

le dice al músico es: Me interesas tú como artista, te voy a grabar una canción, voy a trabajar con ella, si eventualmente te va bien, te grabo otra, después otra y posteriormente concretamos un disco completo. Pero esto va a depender de que la primera, segunda o tercera canción funcionen bien para hacer una mayor inversión”, comenta.

Finalmente, el productor musical, Ramiro Durán enfatiza que: “No se debe 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”, puntualiza.

Radio e internet

Otra de las plataformas que la escena musical chilena vio mermada su participación es la radio convencional. Después de que las multinacionales dejaron de apoyar a los músicos chilenos, su difusión por la radio fue disminuyendo considerablemente, eso hasta la aparición de nuevas figuras radiales que se preocuparon y vieron en esa falta, un problema que debía solucionarse. Valeria Solís menciona en su libro: “En 2008, surgen dos nuevos actores en la industria de la música, dos radios del dial FM que se dedican exclusivamente a tocar música chilena, primero aparece *La Perla del Dial*, un proyecto personal que el actor y músico Santiago Ramírez presenta al holding COPESA y que la empresa dispone probar en AM e internet, y el segundo, es la apuesta encabezada por el ex director de la Radio Rock and Pop, Marcelo Aldunate, con el respaldo de Iberoamerican holding: *Radio Uno*”.

Lamentablemente ambos proyectos radiales tuvieron un triste final. La primera con apenas ocho meses al aire, fue retirada debido al alto costo que implicaba operar la señal en dicha frecuencia. La segunda, que en sus inicios fue una propuesta exitosa, paulatinamente fue estructurándose debido a las pobres cifras de financiamiento, hasta que finalmente después de ocho años de existencia, dejó la frecuencia FM. Aunque continúan sus transmisiones vía internet de forma online.

El tema de internet y la digitalización también ha calado en el ámbito de la

radiodifusión. Emisoras que emitían en frecuencia AM/FM, hoy ocupan espacios en internet, evolucionando en su forma de operar.

El periodista y radiocontrolador, Gonzalo Barrera manifiesta su visión al respecto: “Cuando empecé a trabajar se mantenía el sistema antiguo en que había un controlador y un locutor dentro de un estudio. Ahora no, la tecnología hace que una persona cumpla ambos roles. Antes, sobre todo en la época de las radios AM, se usaba mucho el turno de trasnoche, con un locutor y un controlador. Ahora el computador puede quedar funcionando solo toda la noche. Puedo dejar el computador tocando música y con frases grabadas sonando todo el día. Te ahorras locutor, te ahorras un productor. Ya tienes menos gastos. Un computador que te cuesta 100 mil pesos, hace el trabajo de dos. El costo de la inversión es distinto”.

Barrera comenzó a los 15 años como radio controlador, pasando por grandes emisoras nacionales como Radio Corazón y Radio Bio bío, donde actualmente se desempeña.

Para Barrera: “El tema digital en radio es tratar de optimizar recursos y quien sepa controlar y *locutear* es el que gana. O sea, existen muy pocos radiocontroladores, así como también muy pocos locutores. Ahora, todas las personas que trabajan en radio son periodistas, el oficio del locutor y del radicontrolador, en forma separada, está casi extinto”. comenta.

En parte, el entrevistado defiende el proceso de digitalización de la radiodifusión y comenta que: “Quizás ayuda mucho el hecho que la gente pueda confirmar que la radio está en vivo, que además de escuchar, se pueda ver contenido. Como sucede con las radios por las radios por internet. Porque en el fondo, las radioemisoras se tuvieron que adaptar a los nuevos tiempos. Yo lo veo de buena forma, siempre y cuando, sea bien utilizado”.

Sin embargo, Barrera es sensato al afirmar que las radios por internet en Chile no reemplazarán al sistema antiguo: “Las radios de internet no son radios del futuro, solo complementan al mercado. Por ejemplo, anda a cualquier radio que transmita

por internet, ninguna vende publicidad, y esto es solo porque aún no es medible su audiencia. Pues no toda la gente tiene un teléfono con internet, todavía la gente no tiene el hábito de llegar a su casa, prender el computador para escuchar una radio por internet. Por lo tanto, creo que decir que las radios *online* 'son las radios del futuro' es un poquito utópico y soñador”.

Respecto a este mismo tema, el periodista, Luis Gamboa sentencia: “En Noruega, el 11 de enero del año 2017, se acabó la radio FM. *¡Se acabó la FM!* ¿Saben lo que significa eso? Noruega es un país pequeño, no más de cinco millones de habitantes, y resulta que, haciendo los cálculos, la transmisión digital le significan US\$25 millones menos de gastos, que lo que implica una transmisión radial convencional. Entonces, no hay por donde discutir. Las radios digitales eliminarán a radios tradicionales”.

A pesar de estos cambios, Gonzalo Barrera valora la antigua radio por un motivo que considera trascendental: “Es difícil que la radio convencional desaparezca, esto quedó ultra comprobado con el terremoto del 2010, que ante toda la digitalización, la era de internet, el internet móvil y todo, la radio antigua, la radio, tal como la conocemos hace 20 ó 30 años, fue la única que funcionó en ese momento. La radio fue la única que cumplió la tarea de informar. Entonces, si bien la digitalización es buena, es súper frágil”, remata el periodista.



Felipe Vuletich también mira de forma optimista la permanencia de la frecuencia FM y establece la diferencia

con las radios AM: “La diferencia entre AM y FM es la calidad del sonido, pero eso no significa que la radiotelefonía haya estado en crisis. Yo creo que la radio ha pasado por momentos críticos, como toda industria susceptible a los vaivenes de la

Las nuevas tecnologías también ha cambiado la forma de hacer radiodifusión, el periodista y radiocontrolador Gonzalo Barrera, si bien avala esta introducción, posee una mirada crítica al respecto.

economía. No obstante ha sobrevivido, si bien han desaparecido las AM, Las FM aún mantienen liderazgo en el dial”, finaliza Vuletich.

En lo que respecta a internet, no todos lo ven como un enemigo. En una entrevista al cantautor Alberto Plaza recopilada por Valeria Solís, éste defiende su utilización en la música, pero enfatiza que debe haber algún resguardo en cuanto su difusión indiscriminada: “La gente tiene más acceso a las canciones y más acceso a los artistas; a la larga se va a producir un beneficio para los artistas, porque cuando vamos a cantar en vivo, va a ir más gente a vernos, pero como estamos en ese tránsito, todavía no está implementado el control de la música por internet. Hay mucha música gratuita y eso tiene que cambiar. Hoy la piratería es un hecho, pero a futuro será beneficioso, porque vamos a tener más control sobre las tecnologías; es que las leyes van muchos años detrás...” dice.

En cuanto al vínculo entre Internet y la radio, manager Sergio Alvarado entrevistado por Valeria Solís, establece que: “Internet sí puede transformarse en gran plataforma musical. Pero es difícil que reemplace a la radio, que se escucha en todos lados en forma gratuita, pues internet todavía necesita de un computador y pagar para estar conectado”.

“Las radios por internet
no son radios del futuro,
solo complementan al mercado.
Todavía la gente
no tiene el hábito de llegar
a su casa, prender el
computador para escuchar
una radio por internet”.
(Gonzalo Barrera)

Músicos 2.0

Si bien la imagen de un artista desde siempre ha estado vinculada a la fama, dinero, bohemia y diversión, la realidad en Chile más bien habla de sueños y frustraciones mezclados con mucho trabajo y perseverancia.

En una entrevista hecha por Valeria Solís al compositor Alberto Plaza radicado en Miami, éste habla sobre las clave del éxito: “El éxito de un artista se sustenta en tres pilares: el talento, el trabajo y estar alerta a las oportunidades que se dan en la

vida. El talento es necesario, pero hay que canalizarlo, conducirlo bien, y la clave ha sido trabajar con buena gente que a uno lo hace potenciarse, crear buenos equipos de trabajo; visualizar a largo plazo; pensando que uno solo no puede llegar a ninguna parte...”

Denise Malebrán, vocalista del grupo Saiko, en entrevista también con Solís, relata algo similar: “Yo vivo de la música, pero no muy bien. Me ha pasado de todo, en un momento tuve que vender mi auto, tuve que irme a vivir donde mi mamá de nuevo, pero tuve la suerte de volver a tocar y de vivir de mi arte (...) he podido volver a levantarme”.

Vivir de la música en Chile siempre se ha visto como arriesgado. En la época en que la industria y las transnacionales estaban en pleno apogeo, la posibilidad de conseguir una gran carrera nacional e incluso internacional se veía como algo más tangible. El reconocido cantante y animador, José Alfredo Fuentes, también entrevistado por Valería Solís, habla sobre su oportunidad de internacionalizarse: “Uno se tenía que ir fuera del país. Yo tuve dos opciones claras: En México en 1970 y España en 1974, pero no, quise quedarme en Chile”.

El cantante nacional era éxito en diversos países por aquella época. En España el disco *Y latata* estaba siendo número uno y en México era éxito *Que Dios no olvida*. Sin embargo, el artista prefirió consolidarse en el mercado nacional: “No quise quedarme en otro país, a pesar que ésa era la condición de los sellos, cuando tenías éxito internacional. Yo era un verdadero ídolo en Chile. Entonces comenzar una carrera desde cero me dio lata y no lo hice”.

En la actualidad, con una industria musical cada vez más debilitada por la irrupción de internet y nuevas tecnologías, los músicos chilenos y chilenas se enfrentan a un momento donde hay poco dinero para grandes promociones, videoclips y estrategias de marketing en radios y otros medios, debiendo centrar sus esfuerzos en ampliar los circuitos para darse a conocer al gran público.

Dicha irrupción tecnológica dividió a los artistas nuevos de los antiguos, en cuanto al poder de adaptación a la reciente escena. Renato Durán en su tesis, menciona los efectos de esto: “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”.

En esa misma línea, Carlos Salazar comenta la facilidad que los músicos de hoy tienen para producir y difundir sus creaciones musicales a través de estas innovaciones: “Un músico puede grabar una canción y subirla a internet, no necesita de una empresa discográfica. Estas plataformas: Spotify, Deezzer, Youtube, entre otros. Dan mayor asequibilidad a todo el mundo. Internet es la solución de un montón de barreras que podría haber existido. Pero para el músico como tal, si no hace un trabajo importante y que deje una marca, no es nada” enfatiza.

Muchos artistas emergentes se han dado a conocer a través de internet, pero a diferencia de los de antaño que disponían de muchos recursos para grabación, producción y difusión; los de hoy no cuentan con esa ayuda, algunos ni siquiera están en sellos independientes, por que deben dedicarse a otras labores para generar recursos que ayuden su empréstito musical, son artistas netamente autogestionados.

Gonzalo Barrera destaca la facilidad de internet en el surgimiento de nuevos artistas: “Internet como medio de difusión es impresionante. Tienes casos de cantantes que se han hecho famosos por internet, sin grabar un disco, porque se grabaron cantando frente a una cámara y lo subieron a *YouTube*. Es súper buena difusión, pero tienes que saber bien en el fondo, difundirte y venderte. Hay gente que incluso graba “discos” y los suben directamente a internet para que los descarguen gratis. Imagínate, hasta los computadores ya no traen lector de CD. Se murieron todos los formatos”, sentencia.

La cantante chilena/canadiense y personalidad de televisión, Vesta Lugg, es una de ellas. Si bien, comenzó siendo conocida en programas infanto/juveniles, fue ahí y



lo
a

gracias a internet donde pudo desarrollar su veta musical. Actualmente, comenta las prerrogativas de ser una artista totalmente independiente: “Creo que las ventajas de lanzar tú propia música sin un sello discográfico por detrás, es la libertad que eso te permite, a nivel creativo, de estrategia, los tiempos son tuyos y de cierta forma hace que todo el proceso sea más orgánico”, dice.

Lugg, que por estos días promociona su nuevo single *Turn off the lights*, se refiere también a la importancia de internet en artistas totalmente autogestionados: “Internet es una muy buena aliada, es muy buena amiga cuando se trata de un artista musical, es un medio de distribución inmediata y que, al final del día mientras más rápido se distribuya, mejor”.

“Una de las magias de lanzar música a través de las plataformas digitales, es que las hace asequible a cualquier persona en cualquier momento y lugar, que es algo instantáneo inmediato, y eso hace que hace sea más global más mundial el contenido”, remata Vesta.

En esa misma línea, otro artista de la autogestión es Vicente “Vice” Pesce, un joven de 25 años, Ingeniero Comercial y Profesor de matemáticas, que combina las clases que dicta en un preuniversitario, junto a su veta artística de cantante y compositor. Cuenta como internet, precisamente las redes sociales y plataformas digitales han ayudado en su naciente carrera.

“Las redes sociales sin duda alguna que han sido una ayuda tremenda, yo tenía mi *Instagram* personal, lo cerré para hacerme otro más profesional igual que *Twitter* y comencé a publicar mi música mucho antes de que llegara Spotify, pero ahora desde que estoy en la plataforma, ya tengo más de 500 oyentes mensuales, casi 300 seguidores y eso ha sido fantástico. Sin ayuda externa de un *manager*, o productor o una casa disquera, todo lo he hecho solo. El sello discográfico soy yo mismo”.

“Claramente los artistas que no conocen las nuevas plataformas de difusión y distribución de la musica, sufrirán mayores pérdidas, mientras que serán beneficiados aquellos que conozcan las opciones para visibilizarse a través de redes sociales e Internet”.

“Yo hago mis canciones, las produzco, hago mi propia publicidad, mandé hacer mis páginas *web*, las fotos para mis *singles*, hago mis bases, mis *bits*, así como mis *recording* en mi propio estudio, yo mando a traer desde EE.UU mi música en las plataformas digitales”, dice Vice.

Vice Pesce ya posee más de cinco canciones en Spotify, las cuales está promocionando en su primer disco llamado *Siete días*. Él cuenta cómo partió esta aventura: “Hace dos años, me compré locamente un sintetizador y unos micrófonos y los conecté al *Mac* y empecé a probar y a grabar, de eso cree la primera canción que se llama *La conocí*, me demoré como dos meses en hacerla y para mi sorpresa tuvo bastante éxito. Entonces me *embalé* con esa canción y dejé todo atrás, aunque si bien seguí con mi empresa, en los ratos libres o fines de semana le di con todo a la música. Después de eso compré un estudio de música un poco más profesional y comencé a hacer y producir mis propias canciones que aparecen en mi primer disco y así hasta en el presente”, comenta.

Tanto Lugg como Pesce se sienten cómodos trabajando de forma absolutamente independiente, sin sellos discográficos, multinacionales. Vesta menciona: “Tengo un equipo de trabajo con el que dimensionamos las estrategias, ya sea creativa y/o de venta, pero las decisiones mayoritariamente las tomo yo, uno sabe lo que es mejor para su música”.

Pesce cuenta al respecto: “No estoy amarrado a ningún sello. Me han llamado, pero siempre amarrándome a que ellos generen un tipo de ganancia y prefiero por ahora tener mi propia ganancia, y el día que me llamen, que sea para algo más serio, pero por ahora estoy súper contento así, estoy feliz”.

“Internet termina con un montón de barreras para los músicos, en materia de difusión... de igual forma esto no lo extrae de demostrar su talento ... si no hace un trabajo importante y que deje una marca, no es nada”
(Carlos Salazar)

Sin embargo, a diferencia de Vesta, Vice Pesce no descarta trabajar a la antigua usanza, por eso comenta que: “Jamás le diré no a un sello, yo sí quiero pertenecer a uno, que sea serio, me encantaría. De hecho me han llamado, por el momento digo que no porque tampoco me siento 100% preparado, creo que necesito tener un trabajo más de excelencia y de calidad”, dice el joven artista.

Vesta Lugg destaca la nueva escena musical emergente: “La producción musical chilena es positiva, los productores con quienes me ha tocado trabajar, son excelentes dentro de su rubro. Son músicos excepcionales y exportables totalmente, creo que hay muy buena calidad y muy buen talento. Ahora creo que también hay potencial en nuevas generaciones, pero les falta pulirse en cuanto a nivel de calidad, que no solo el contenido sea perfecto”, finaliza.

Una visión muy diferente la establece Nano Concha, que en ciertos aspectos observa la facilidad que las nuevas tecnologías ha hecho con los músicos: “En general esa música de garaje que le llaman *home recording*, ha permitido que mucha gente sin talento este triunfando totalmente en el mundo de la música, perjudicando en cierto modo a artistas con buen talento pero sin las herramientas. Encuentro valioso eso sí, que de la nada hagan un éxito (...) pero es todo efectos de sonido y para mí los efectos no van a perdurar jamás en el tiempo. Algo que es importante es que la música perdure, es su principal característica”, remata Nano.



Con la masificación de Internet y la disponibilidad de las nuevas tecnologías y plataformas, ha hecho que los artistas opten por la autogestión al momento de producir y difundir su música.

Es claro que la calidad de producción de la música actual dista mucho de lo que se hacía antes de la digitalización. Sin embargo, en ese aspecto Gonzalo Barrera defiende las nuevas tecnologías: “Perfectamente tú ahora puedes grabar en un

estudio con menos personas, todo queda en un computador. Pero no por eso el producto tendría que quedar malo o perder calidad. Tener las tecnologías en un software es lo importante, simplifica la corrección de los errores de audio en una grabación, sin perder fidelidad sonora”.

Nuevas estrategias

Con carreras cada vez más inestables debido a las nuevas tecnologías que complican a los artistas vivir de su arte, y con pocos de ellos apoyados por sellos discográficos. Los artistas nacionales han tenido que sostenerse en otras estrategias para elevar el nivel de inversión que implica su promoción y difusión. De tal manera que la concreta salida para que un artista en Chile pueda vivir de su música es a través de los conciertos.

Para Ramiro Durán: “El negocio de la música ha tenido que diversificarse y comprender las nuevas necesidades de los usuarios. De esta manera, se buscará otras formas de difusión de la música, como por ejemplo, a través de la música en vivo, la venta digital, las transmisiones de conciertos, etcétera”.

El productor musical expone en su tesis que: con el desarrollo de 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. Para él, los conciertos y sus respectivas audiencias están al alza. En su trabajo menciona que en los años 90’ tanto la demanda como la oferta de espectáculos musicales sufrieron una inestabilidad entre los años 1995 hasta el 2000, periodo en que hubo muy poca cantidad de conciertos. Pero, esto cambió desde el año 2003 en adelante, donde sólo se verá una tendencia al alza en materia de conciertos.

El experto postula que, en la actualidad, el artista tiene la necesidad de salir a presentarse en vivo para vender sus discos y acceder a una ganancia porcentual, situación que no ocurriría jamás en los 90’. Desde ese punto de vista no hay mucha diferencia para el músico, desechando así la posibilidad de fichar en un gran sello, que si bien ofrece distribución, el porcentaje de ganancia por cada disco vendido sería ínfimo. Existe entonces, en palabras de Durán, 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.

Sin embargo, como plantea Valeria Solís en su libro *Suena Desafinado*, el problema es que, hasta ahora, en los conciertos no se ha podido igualar ni la producción, ni la ganancia de un artista nacional con el de un extranjero”. Esto se evidencia en que el mercado del artista extranjero, principalmente anglo, es mucho más amplio que el del músico nacional, el que está limitado al país y con mucho esfuerzo a otros países latinoamericanos, específicamente México.

De manera que el artista nacional sigue teniendo poco espacio de difusión, Gonzalo Barrera en esa misma línea, comenta sobre la nueva forma que el artista tiene de promocionarse: “El artista gana con los conciertos, no grabando un disco. Los artistas que vienen a la radio no se le paga ni un peso, porque vienen a promocionar la canción, esto les sirve para que los llamen a eventos. El artista gana por eventos o conciertos, no gana con el disco, ni con presentaciones en televisión”.

**“En general esa música de garaje, ha permitido que mucha gente sin talento esté triunfando totalmente en el mundo de la música, perjudicando en cierto modo a artistas con buen talento”.
(Nano Concha)**

“El disco es mi tarjeta de presentación, esto es lo que soy, tómelo, escúchelo. Pero, como para la venta... Es algo que ya no sucede, como cuando se agotaban los discos de artistas como Backstreet Boys o Spice Girls, ahora no va a ocurrir eso. El disco ya no es una inversión para ganar dinero, lamentablemente” finaliza el radiocontrolador.

Sin embargo, este panorama no es algo nuevo en la escena nacional musical, así lo relató José Alfredo Fuentes en una entrevista a Valeria Solís: “La verdad es que cuando pertenecía al sello Caracol de Camilo Fernández, sacaba discos y punto. Siempre la plata que ganaban los artistas es por sus presentaciones personales, la venta de discos no te daba nada. Es más, ahora, en el último show que di en Antofagasta, mi disco no estaba y tuve que comprarlo para dárselo a las radios”.

En relación a las presentaciones de artistas en vivo, Renato Durán comenta que 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 Nacional estimulando la escena musical, desde ahí en adelante la oferta 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”, argumenta Durán.

Festivales como *Lollapalooza*, *Primavera Fauna*, *Mysteryland*, entre otros, son las plataformas de difusión más llamativas, que si bien son instancias traídas desde el extranjero, logran convertirse en importantes escenarios que han dado una oportunidad a los artistas nacionales para exponer sus creaciones, así como también dar al consumidor, una nueva forma de disfrutar y conocer las nuevas propuestas musicales chilenas.

Manuel Maira en *Bajen la música* explica el fenómeno de Lollapalooza que va más allá de la música: “*Lollapalooza* es la foto de un Chile globalizado, de un público capaz de apreciar distintos géneros musicales y disfrutar de un evento masivo, La gente asiste también porque más allá de la música, es buen panorama, porque escucharon que pasa bien y porque sus amigos también asistieron. Lo importante es sentirse parte de algo”, dice.

Sin ir más lejos, Manuel Maira en su libro relata cómo la gente de productora del festival explica concepto del festival a diferencia los recitales convencionales chilenos: “Lollapalooza llegó en un momento indicado, con la globalización ayudando a

proceso de apertura de la música (...) sentíamos que la gente ya estaba preparada, pero también había mucha intuición de por medio... Para el primer Lollapalooza, la

“En la actualidad, ^{un}
el artista tiene la ^{se}
necesidad de salir a
presentarse en vivo para
vender sus discos y
acceder a una
ganancia porcentual, ^{la}
situación que no ^{e l}
ocurriría jamás ^{de}
en los 90's”.

un

gente no entendía muy bien el concepto, hoy ya se conoce su formato y eso tiene que ver con el boca a boca, con compartir la experiencia”.

“A diferencia de los recitales de antaño, nosotros tratamos de construir una marca, en la experiencia (...) nosotros mismos somos un público de festivales (...) El valor del show en vivo hace que los artistas destaquen. Mucha gente sale a escuchar y rastrear el material de artistas que llamaron su atención después de verlos en vivo”, concluye.

Sin embargo, aún hay escasez de escenarios para artistas locales, situación que aún afecta a la escena. El manager de Los Bunkers, Andrés Varnava explica en entrevista a Solís sobre esta situación: “Hay muy pocos lugares en Santiago que estén preparados para recibir un show artístico (...) en México, nuestro socio puede agendar un mes completo de shows sólo en clubes. Eso en Chile es inviable. En La Batuta, por ejemplo, la mesa de sonido es mala, no hay suficientes micrófonos, pero es el lugar más mítico para la música. Y por eso te digo que no hay industria en Chile, porque habrían más lugares, más bandas profesionales que vivan de este asunto” enfatiza.



Con la baja venta de discos, los artistas han tenido que volcarse a los recitales, festivales y presentaciones en vivo para obtener ganancias monetarias.

Para Nano, el problema de la falta de espacios en vivo, lo enfoca en los artistas emergentes: “Lamentablemente para un artista que comienza, no disponer de espacio para tocar en vivo es un problema gravísimo. Igual hay compañías que han suplido esa carencia, contratando al artista no solo para grabar, sino también

para representarlos en vivo. En estos días, el negocio del músico es la actuación en vivo, pero para eso no solo hay que tener un repertorio, que permita estar una hora aproximadamente en el escenario”. “Las compañías –continúa Nano– están ofreciendo eso, digamos una representación, por lo tanto, ellos también invierten y meten dinero, de tal manera que el artista haga su producción y ellos la promuevan”.

Para Manuel Maira en su libro *Bajen la música* menciona que esta es una situación lamentable, puesto que el verdadero negocio ahora está en los conciertos y en el *merchandising*, que es con lo que ganan los artistas.

No obstante, existen esperanzas, Ramiro Durán en su trabajo de investigación destaca las plataformas digitales de difusión como una estrategia efectiva de promover la música: “El *Streaming* es otro de los tipos de modelos de negocios que se han implementado y más que eso, es un tipo de plataforma de difusión *online* de contenidos con o sin cargo al consumidor, a los que uno suscribe por membresías y pagos mensuales, 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”, dice.



Lollapalooza, junto a otros festivales, han otorgado una plataforma para la presentación y difusión de nuevos artistas nacionales, para mostrar su música y darse a conocer al público.

Durán cita en su tesis de investigación estrategias emergentes publicadas en el informe: *Digital Music Report 2009: New Business Models for a Changing Environment* (IFPI, 2009) , en donde la Federación Internacional de la Industria

Fonográfica (IFPI) ha venido publicando desde el 2004 folletines que buscan describir lo que el ámbito digital ha representado para la industria.

- 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 denominados DMR (Administración de Derechos Digitales de los archivos, por sus siglas en inglés)

- 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”.

Bonus track

Tanto lo análogo como lo digital han sido trascendentales en la evolución y desarrollo de la música en general. Sin embargo, se han establecido diferencias muy marcadas a la hora de componer, producir y difundir creaciones musicales. Haciendo que el apoyo o desaprobación de una u otra resulte categórica.

Para Luis Gamboa, lo análogo predomina por sobre lo digital por una razón: “Hay un músico tras un instrumento interpretando un sentimiento. Por ejemplo, si tú escuchas a la Orquesta Huambaly y colocas un disco de ellos en un equipo estéreo, con potencia suficiente... Te pones a bailar, te paras, porque está hecha de una manera distinta. A mi consideración, la música actual está hecha con un alto porcentaje de instrumentos electrónicos o digitales, que lamentablemente requieren de poco virtuosismo”.

En cuanto al ámbito de la radio y todo su funcionamiento, Gonzalo Barrera resalta el valor de lo análogo: “A mi consideración el uso de plataformas y transmitir en

vivo un programa de radio, hace que se pierda en cierto punto esa complicidad, enigma y romanticismo con el auditor, se pierde la magia. Yo, por ejemplo, soy contrario a que pusieran, videos de cómo se transmite un programa. El auditor se hace su propia imagen del locutor. De repente, tú te imaginas un hombre de un metro 90, fornido y resulta que no es ni parecido a eso. Entonces, yo apelo a ese romanticismo. Que ahora todas las radios tengan *streaming* y parezcan estudios de televisión me supera un poco. Pero aun así no puedes negarte a las nuevas tecnologías. Hay que adaptarse a los tiempos también”, dice.

En el ámbito de los formatos, la mayor parte de las posturas dan por preferencia a lo análogo, Luis Gamboa refleja esta particularidad: “Hay una diferencia sustancial. Si tomas un CD, vez que éste es súper práctico, compacto y tiene más capacidad para almacenar archivos musicales. En un disco vinilo de 45 ó 78, de loza, muy antiguos, estos no son nada prácticos, puesto que se caen y se parten en mil pedazos. Pero cuando se escuchan, tienen un sabor distinto, un sonido diferente y eso para los amantes de la música vale más que toda la nueva tecnología”.

Continuando con el tema, Gamboa asevera: “No obstante, el tamaño del formato para escuchar música sí importa, porque antes había que tener un aparato, llevar los discos, limpiarlos, colocarlos, etc. Lo que implicaba un esfuerzo. Ahora, yo tomo un pendrive y llevo dos mil canciones en mi bolsillo”.

Para el psicólogo y profesor de la Universidad Bernardo O`Higgins, José Miguel Peña, experto en el comportamiento humano en esta materia, menciona: “La música está directamente relacionada a la tendencia de dirigir e influir en un comportamiento, sumado también a que tiene un factor cultural que a mí me da una identidad, por ejemplo el *punk*, fuera de tener un ritmo, viene de una cultura, de movimientos culturales, post fenómeno social. Entonces la música siempre es como un reflejo, es como la manifestación de una identidad cultural de cada comunidad”.

Similar opinión expresa Ramiro Durán en su tesis y en el texto se afirma que: “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 transculturas”.

“Estamos en un sistema en el cual el consumo rápido de las cosas y en este caso de la música, es más efectivo. Yo lo quiero al tiro, ya no voy a ir a la disquera a comprar el disco, lo puedo conseguir por internet... Este fenómeno de la inmediatez también produce que exista un excesivo consumismo”.
(José Miguel Peña)

“La interacción de 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”, asevera Durán.

Dentro de los conceptos relacionados a la música y su interacción con los individuos, Durán menciona que los 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. La música con esta cualidad comunicativa, expone temas fundamentales en la construcción de una identidad por el hecho de llegar a un universo mayor de receptores, derivando en temáticas más generales y menos arriesgadas como el sexo, el fútbol o el más común de todos; el amor, aportando de esa manera a la homogenización de los contenidos.

Esta visión de búsqueda de una identidad cultural a través de la música, puede derivarse también a los géneros y formatos que las persona consumidoras eligen respecto a sus necesidades de identificación, sea generacional o por estar inserto en una determinada situación social.

En esa misma línea, José Miguel Peña afirma: “Una vez encontrada mi identidad, la música me permite manifestarme, pero también puede producir un efecto, que me posibilita a su vez destacarme, *yo busco, encuentro mi música, mi estilo, mi formato, mi forma de expresión*. Entonces más allá de un estilo musical como por ejemplo, el *punk*, sus seguidores se comportan de una forma, los de *rap* se comportan de otra manera y así. Se forma un poco el estereotipo, por decirlo de alguna forma, y este estereotipo promueve a que existan los modelos sociales que tienden un poco a la heterogeneidad del panorama musical”.

“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”, aporta Renato Durán. Sin embargo, la homogeneidad en el contenido, se contrapone con la falta de heterogeneidad en la innovación de géneros.



Las nuevas formas de difusión de contenido musical, ha despertado adeptos, pero también críticos, que apelan a las antiguas formas de como consumir la música.

Según Peña : “Heterogeneidad musical que en mi opinión ya no existe. El rock se murió, ya no hay rock, no está, o sea, en el sentido de que no hay recambio, no hay gente nueva que haga algo nuevo. Bajo ese concepto, es necesario entender que la música no es simplemente una construcción de instrumentos que hagan sintonía, sino que también tiene que ver mucho con una respuesta a nivel social y con una manifestación de lo que ocurre en la cultura en una comunidad determinada”.

Muchos especialistas opinan del tema y comparten en el sentido de que los artistas populares no han innovado en crear o colocar un género musical que revolucione la escena, todo lo contrario. Muchos de ellos replican el mismo estilo, tanto así que hasta los registros vocales tienden a sonar parecido, lo que hace que no hayan canciones que marquen o dejen huella, que muestren una emoción.

Desde esa premisa, de la falta de emocionalidad en la música actual, muchos lo atribuyen al desarrollo tecnológico. José Miguel Peña opina que: “La tecnología tiene pros y contras, una de las cosas importantes es que todo está asequible. La libertad bajo todo punto de vista es muy bueno, pero por otro lado, nosotros estamos restringiendo y estamos obstaculizando de alguna manera el proceso natural de los humanos”.

El psicólogo Peña comenta que: “La tecnología de alguna forma ha limitado nuestro proceso natural de comunicación, en qué sentido, por ejemplo en mostrar las emociones, por ejemplo, en vez de decirte a ti, en presencia lo cuento que te quiero, que te aprecio, ahora te mando un emoticón por mensaje de texto, estoy ocupando un canal externo superficial para poder comunicarte mi emoción”.



El psicólogo José Miguel Peña opina que la música se relaciona con la creación de una identidad, tanto individual como colectiva.

Lo anterior, Peña lo ejemplifica esa falta de emoción en materia musical: “Yo, por ejemplo escucho *High Hope* de Pink Floyd a mí me pasan cosas... *joye el tema bueno!*.... Pero si yo hubiera descubierto ahora a Pink Floyd, lo hubiese escuchado y diría... *ah ok...* es un buen tema y me olvido. Esto pasa porque, tengo miles y miles de canciones similares. Entonces se pierde la intensidad en que tú puedes interpretar y escuchar la música” dice.

La emocionalidad que trasmite la música no solo se puede reflejar en ámbitos recreativos, también ha servido en la ciencia. Luis Gamboa habla de esa importancia científica que la música posee no a simple vista: “La expresión de un sentimiento a través de un instrumento, a través de la voz humana es algo que cuesta describir, la música es arte y va ligada a las emociones. De hecho, hay unos estudios que son maravillosos. En el Alzheimer se están utilizando canciones para tratar a los pacientes”.

“Según investigaciones científicas-prosigue Gamboa- han comprobado mediante estudios que la gente con esa enfermedad, logra conectarse con sus recuerdos al estar expuesto a ciertos estímulos musicales y eso es raro, porque el Alzheimer te va borrando los archivos, entonces que la música logre mitigar eso, es sorprendente. El tema está que la gracia de la música es que queda como impregnado en alguna parte del cerebro”.

Según el psicólogo, José Miguel Peña esa misma falta de emocionalidad en la música actual es algo que se ha ido perdiendo: “Estamos en un sistema en el cual el consumo rápido de las cosas y en este caso de la música, es más efectivo. Yo *lo quiero al tiro*. Entonces este fenómeno de la inmediatez también produce que exista un excesivo consumismo y esto deriva en la ansiedad de que cada vez queremos todo de inmediato y viene esta libre demanda/oferta constante... Por ende, se pierde un poco ese sentido de descubrir algo con la música, en un disco que uno esté esperando hace mucho tiempo, sino que ahora lo escucho una vez y ya esa sensación y emocionalidad de escuchar una canción se pierde”.

No obstante, a este panorama adverso que vive la música, entre su falta de emocionalidad y de comunicación. Algunos expertos opinan que el mejoramiento tecnológico a sido un logro a la hora de componer. Ramiro Durán en su tesis hace hincapié en aquello: “La manipulación del material sonoro es uno de los cambios más importantes en términos de la relación de la creatividad. El hecho de grabar a cada músico por separado y editar cada una de estas pistas, partiendo desde la edición manual de las cintas, hasta llegar a lograr manipular de manera precisa las ondas de sonido en formato digital, son concepciones que necesariamente marcan una gran diferencia “.

Paralelamente, José Miguel Peña, a pesar de creer que hay una falta de emocionalidad en la música, se mantiene firme en cuanto a las cualidades intrínsecas de ella: “No creo que se pierdan, la música siempre va a comunicar, pero antes era más relevante dentro de la historia de la sociedad. La música era intrínsecamente una voz de manifestación hacia algo. Por ejemplo, unos predicaban el amor, otros en contra del sistema, otros contra la política, etc. Pero hoy se ha perdido todo eso, y ya todo está más ligado al tema de la venta y la comercialización”.

Bajo ese punto de vista, el entrevistado continúa: “La música perdió eso y yo me la juego con decir que son muy pocos lo que no hacen música comercial, a no ser que te subas a una micro y escuches un cantor popular, pero ya al someterte a un sistema musical, te hace vendible... Entonces la forma de hacer música se fue para otro lado y comenzó el consumo extremo, más allá de poder realizar trabajos más directos y más efectivos, con respecto al impacto sobre una persona”.

Además, es necesario hacer hincapié en este tema, al comparar artistas de la escena musical comercial, con aquellos músicos que viven en el ambiente clandestino y marginal de la música, en la que la búsqueda de una identidad es mucho más arraigada. Peña sostiene: “En la música también hay cantautores que funcionan solo en la escena *underground*, por ejemplo, con los raperos me he dado cuenta que ellos tienen bien arraigado esa identidad de lo *under*, cantan y se presentan en poblaciones y ese es su círculo, no les interesa pertenecer al sistema, ellos ven el venderse al mercado como lo peor. Pero también hay otros que firman por un sello. Pero insisto, yo creo que el origen de todo funcionamiento musical tiene que ver con la identidad que yo estoy produciendo con la música que yo estoy escuchando, de ahí parte ya todo mi comportamiento a nivel futuro”.

“Se están utilizando canciones para tratar a los pacientes. Los científicos han comprobado que la gente con esa enfermedad (Alzheimer), logra conectarse con sus recuerdos al estar expuesto a ciertos estímulos musicales”.
(Luis Gamboa)

Respecto a los formatos y a la preferencia de unos u otros, es algo que va ligado netamente a la subjetividad del individuo que responde a la identidad y cultura a la cual se ha visto, influenciado. En ese aspecto el psicólogo no da una respuesta categórica a cuál formato es mejor que otro: “No sé si pueda predecir, pero sí tengo algo en claro, siempre va a haber gente que le va a gustar lo antiguo y lo va a valorar. Pero, no lo hará por gusto musical en sí, sino porque se acuerda de algún

ser querido que ya no está o por recuerdos vividos. La música tiene ese poder de evocar recuerdos y emociones”, opina Peña.

“La música – manifiesta el experto – produce un impacto desde la infancia. Toda y cada una de las melodías escuchadas nos trae un recuerdo específico, así también ocurre con los objetos antiguos. Evoca algún recuerdo, situación o experiencia que ha dejado huella en la vida de las personas. Por ejemplo si eres fanático de The Beatles, obvio que querrás tener los vinilos, si te gusta Michael Jackson, querrás oírlo en cassette. Eso es independiente que lo escuches o no. Ese fanatismo siempre va a ocurrir” finaliza.

Última pista

Para los expertos, aún es materia de debate, la preferencia a la hora de escoger una forma de hacer música. Si bien la discusión respecto a cuál de los dos sistemas de producción de la música es mejor – lo análogo o lo digital – no tiene un consenso definido, se puede vislumbrar con cierta claridad que inevitablemente la tendencia a la digitalización es innegable, puesto que el desarrollo de nuevas tecnologías, en todo orden de temas, va de la mano con el progreso del ser humano y de la sociedad en su conjunto.

Pero, aquellos que valoran lo análogo, la función medular de la música con su antigua forma de producirla y distribuirla, aún se mantienen vigentes entre quienes la prefieren, esto en mayor medida a los *revival* que la industria ha hecho de relanzar catálogos de discos de artistas previos a la era digital.

Las transnacionales defienden esta postura, con la premisa de que sin lo análogo lo digital no podría existir, aunque, la antigua forma de realizar y producir material musical ya no es valorado por la gran masa.

Respecto a los formatos físicos e incluso algunos digitales, específicamente servidores de descarga musical como Kazaa, Napster, Winamp o el MP3, los expertos concluyen que irremediablemente que van camino a la desaparición total. Puesto que la tendencia es ir hacia una forma más directa y sencilla de reproducir música, desde cualquier hora, día y lugar. Dejando obsoleta y en el absoluto recuerdo aquellas antiguas radiocassetteras o viejos reproductores, que hoy solo juntan polvo

en algún rincón de una casa, apelando a la memoria de aquellas generaciones que vivieron y gozaron con aquellos adelantos tecnológicos, marcándolos en su identidad y en sus vidas. Quizás algún día existan museos dedicados a estos artefactos, reivindicando su aporte a la música.

No obstante, sea cual fuere la forma de crear, producir, difundir y comercializar la música, los expertos concuerdan en que ésta genera una identidad en el individuo, quién al elegir el género musical como la forma de disfrutarla, haciendo que se destaque en la comunidad, así como también expresar sentimientos y empatía por el mensaje de trans fondo que conlleva la música.

El cambio en la composición, grabación y producción musical, los expertos están de acuerdo que la digitalización ha mermado la calidad del producto musical. Sin duda muchos de ellos esperan que esta situación retorne a su cauce natural y, como dijo Charly García en aquella conferencia de prensa en la capital uruguaya: “Lo importante es crear armonía y transmitir sentimientos”



Los músicos ambulantes y *underground* tienen arraigada la conciencia social y política en sus composiciones musicales.

Bibliografía tesis

- 1.- González, Juan Pablo; Rolle, Claudio; (2004); Historia Social de la Música Popular en Chile 1950-1970; Tomo II; Santiago de Chile; Ediciones de la Universidad Católica de Chile.
- 2.- Maira Benavante, Manuel; (2014); Bajen la Música; Santiago de Chile; Ediciones B Chile.
- 3.- Contardo, Oscar; García, Macarena (2009); La Era Ochentera: Tevé, pop y under en el Chile de los ochenta; Santiago de Chile; Ediciones B Chile.
- 4.- Solís Tapia, Valeria; (2010); Suena Desafinado, tomando el pulso a la industria de la música en Chile [Archivo PDF]; Santiago de Chile; <http://www.bubok.es/libros/202349/SUENADESAFINADOTOMANDO-EL-PULSO-A-LA-INDUSTRIA-DE-LA-MUSICA-EN-CHILE>.
- 5.- Urra Schiaffino, Carolina; (2006); Análisis de la industria de la Música Popular en Chile (Tesis de Pregrado)[Archivo PDF]; Santiago de Chile; Universidad de Chile; Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108367/Tesis%20Carolina%20Urra.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- 6.- Durán Bunster, Ramiro; (2015); Creación musical y transformaciones tecnológicas: Un aporte a la discusión sobre la producción musical en Chile hoy (Tesis de Pregrado) [Archivo PDF]; Santiago de Chile; Universidad Academia de Humanismo Cristiano; Recuperado de <http://bibliotecadigital.academia.cl/bitstream/handle/123456789/2782/TPROMU%2003.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- 7.- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes; (2012); Catastro de la producción discográfica chilena. Noviembre de 2010 – noviembre de 2011[Archivo PDF]; Santiago de Chile; Recuperado de http://www.observatoriocultural.gob.cl/wp-content/uploads/2014/05/14_Estudio-producci%C3%B3n-fonografica.pdf
- 8.- Del Real, Andrés; (2016); El revival no para: Chile vuelve a fabricar vinilos tras 30 años; Santiago de Chile; La Tercera; Recuperado de <http://www2.latercera.com/noticia/revival-no-chile-vuelve-fabricar-vinilos-tras-30-anos/#>
- 9.- Ibarra, Andrés; (2016); Libre Records, la primera filial en producir vinilos en Chile en más de tres décadas; Santiago de Chile; Cancha General; Recuperado de <http://canchageneral.com/libre-records-la-primera-filial-producir-vinilos-chile-mas-tres-decadas/>
- 10.- Cooperativa; (2014); El mercado de la música digital en Chile; Santiago de Chile; Cooperativa; Recuperado de <http://www.cooperativa.cl/noticias/entretencion/musica/el-mercado-de-la-musica-digital-en-chile/2014-03-18/193254.html>

- 11.- Guioteca; (2014); ¿Qué ocurre cuando un niño del siglo XXI recibe un walkman en sus manos?; Santiago de Chile; Guioteca (Emol); Recuperado de <https://www.guioteca.com/los-80/que-ocurre-cuando-un-nino-del-siglo-xxi-recibe-un-walkman-en-sus-manos/>
- 12.- Youtube; (2013); Conferencia de prensa realizada en Montevideo, Uruguay, al renombrado músico argentino Charly García; Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=3bm0zjbzzGw>

Lista de entrevistados

- 1.- Claudio Gajardo, profesor de música de la Universidad de Chile y Musicólogo.
- 2.- Cristóbal Chávez, sociólogo y periodista de la Universidad de Chile.
- 3.- Luis Antonio Gamboa, periodista, locutor radial y académico de la Universidad Bernardo O'higgins.
- 4.- Felipe Vuletich, productor musical, radio controlador y académico de la Universidad Central de Chile.
- 5.- Miguel Ángel Concha, productor musical y bajista del grupo nacional "Los Ángeles Negros".
- 6.- Carlos Salazar, Product manager, gerente EMI Chile.
- 7.- Carlos Kruger, gerente de marketing de Phillips.
- 8.- Gonzalo Barrera, periodista y locutor radial juvenil.
- 9.- Vesta Lugg, actriz y cantante nacional.
- 10.- Vicente Pesce, cantante nacional y compositor.
- 11.- José Miguel Peña, psicólogo y académico de la Universidad Bernardo O'higgins.

