



Plaza Independencia Música

Música con identidad frente a una sociedad digital “pirata”

Alfonso Carbone es un uruguayo que en los '90 decide radicarse en Chile. En 1996 comienza a trabajar en el sello discográfico Warner Music, en donde editó discos de artistas como Los Tres, Quilapayún e Inti-Illimani. Tiempo después, y luego de haber pasado por varias empresas ligadas a la industria musical, Alfonso decide crear su propio sello discográfico, al que bautizó como Plaza Independencia Música. En la actualidad trabaja con artistas nacionales como Jorge González, Américo y Villa Cariño, e incluso internacionales, como el ídolo adolescente Matt Hunter. El objetivo empresarial de Plaza Independencia es captar nuevos talentos musicales y consolidarlos en el mercado. Sin embargo, su principal barrera son las descargas piratas por Internet y los altos porcentajes por concepto de comercialización que cobra el retail.

“Tal es su influencia en la industria musical local que obtiene de manos del propio presidente Ricardo Lagos, el premio a la música “Presidente de la República”, que galardona al personaje más destacado del año en el ámbito cultural chileno”.

Un poco de historia

Debido a los procesos dictatoriales ocurridos en Uruguay a principios de la década de 1970, Alfonso Carbone decidió emigrar a Europa e iniciar una nueva vida. Es así como comienza una carrera ligada al rock y al punk, cosechando varios éxitos, principalmente en España.

Al terminar la dictadura en su país, regresa en 1983 para dar empuje al movimiento rockero uruguayo. Alfonso trabajó en importantes medios de comunicación y fue productor de algunos de los discos más representativos del rock uruguayo, lo que lo impulsó a crear su propio sello discográfico, al que bautizó como Orfeo. A mediados de los '90 recibe una oferta para emigrar a Chile y trabajar en la filial del sello Warner Music, empresa de la cual terminaría por convertirse en presidente.

En el mercado nacional inicia sus labores con la remasterización y reedición de discos de Violeta Parra y Quilapayún, trabajos que hasta ese entonces no eran tomados en cuenta por el resto de la industria, ya que las creaciones de ambos artistas tiene una fuerte carga política, tema sensible para los empresarios hasta

el día de hoy. Carbone demoró menos de un año en conseguir la exclusividad discográfica de esos artistas, sorprendiéndose tanto de la poca valoración del pueblo chileno con sus artistas locales, como por el culto hacia los músicos extranjeros. Por esto se trazó como meta personal fortalecer la identidad local a través de la promoción de los artistas nacionales.

Tal es el mérito del trabajo que Alfonso Carbone logra en la industria musical chilena, que obtiene de manos del entonces presidente Ricardo Lagos, el premio a la música 'Presidente de la República', que galardona al personaje más destacado del año en el ámbito cultural chileno.

Su propia compañía disquera

En octubre de 2012, Alfonso funda el sello Plaza Independencia Música: una empresa de entretenimiento, dedicada al desarrollo y consolidación de artistas nacionales en música popular, desde el territorio chileno, ya sean consagrados, emergentes, consolidados; pertenecientes a diferentes estilos de música, donde lo primordial es que sean artistas de calidad. Es así como hoy representa a bandas y músicos como Villa Cariño, Los Tres, Los Tetas, Noche de Brujas, Américo, Jorge González, entre otros.

Esta nueva compañía ofrece a sus artistas la distribución de su música a nivel nacional, tanto en puntos físicos como digitales, así como difusión en radios, televisión y eventos. Su misión organizacional es promover nuevos talentos y consolidar a los que ya gozan de una relativa fama. Para lograr esto han tenido que reparar la imagen del productor musical, quien es visto como usurero y estafador, una imagen ganada debido a las malas prácticas de algunos sellos que no distribuían equitativamente las ganancias.

Sin duda, el mayor desafío para la empresa es encontrar nuevos talentos y lograr una relación directa entre difusión y ventas, ya que muchas veces un artista suena mucho en radios, pero su "fama" no se refleja en las ventas de sus discos.

El sello constantemente está en búsqueda de nuevos talentos y permanentemente apuesta por nuevos grupos para editar discos, entregándoles difusión y fortaleciendo sus redes de contacto.

La piratería y la disminución de las ventas de discos

Producto de la rápida masificación de Internet, la descarga gratuita de música se ha propagado de forma exponencial, afectando las ventas de discos y obligando a los sellos a buscar estrategias para sortear con éxito este problema. Entre las soluciones se ha llegado a la conclusión de que la gente tiene interés en consumir discos pero estos deben ser vendidos a un precio justo y con contenido de calidad. Por lo tanto, una medida para lograr un repunte en la venta de discos es la reedición del vinilo, uno de los formatos más cálidos para escuchar música debido a su facilidad para percibir los matices sonoros del disco, lo que no ocurre con el MP3 que ha sido, en palabras de los expertos, "lo peor que le ha pasado a la música", ya que comprime y hace plano el sonido.

No solo Internet dificulta la venta de discos originales. Plaza Independencia Música también tiene serios problemas con la difusión, ya que la televisión no presta ayuda y los programas radiales cada vez son menos escuchados, por lo que las redes sociales se han transformado en el principal canal publicitario.

También es cierto que el tiempo de ocio de las personas, que antes se utilizaba en escuchar música o leyendo libros, ahora se emplea en televisión o conectándose a Internet, por lo que el público objetivo no está consumiendo el producto que la disquera ofrece.

La industria

Los sellos discográficos chilenos han visto cómo la venta de álbumes ha venido en caída libre los últimos años. Cabe destacar que hoy en día escasean los artistas que alcanzan el disco de oro, por lo cual se cuidan como verdaderos héroes a los fenómenos locales como Américo o el grupo La Noche. Lo mismo ocurre con algunos artistas extranjeros que aún cautivan al mercado como Justin Bieber o Katy Perry.

Según cifras de 2010 la venta de discos físicos en el país ha alcanzado sus números más bajos de los últimos diez años,¹ y siguen decreciendo. El estudio de la sede chilena de la Asociación de Productores Fonográficos (IFPI), entidad que reúne a la mayoría de los sellos nacionales, indica que en la última década el consumo de producciones musicales bajó un 55% y en 2009 se comercializaron 2.353.558 discos menos que en 2000.

Además, en 2012 se vendió un total de 1.934.946 álbumes físicos, la peor cifra en el último decenio.

Una clara evidencia de este mal momento en la industria es la calibración de las cifras que determinan las categorías de disco de oro y de platino, los dos premios más tradicionales que el mercado entrega a las estrellas musicales con más ventas. Es así como la propia IFPI acordó modificar los registros establecidos en 2006 y fijó para el año 2010 bajar de 7.500 a cinco mil unidades la meta para alcanzar el disco de oro, y de 15 mil a 10 mil el correspondiente a disco de platino. Ambos premios llegaron a sus niveles más bajos en la historia de la industria musical chilena y acumulan una caída de 10 mil unidades, en el caso del oro, y de 15 mil en el de platino, en los últimos 15 años.

Estos bajos números ponen a Chile al mismo nivel de mercados musicales de escaso peso en la región, como Paraguay o Venezuela, y se acercan a los niveles más bajos del continente, como Perú y Ecuador (donde el disco de oro se entrega por tres mil ejemplares y el de platino por seis mil). Con esto, nuestro país se aleja de los principales puntos de referencia, como Brasil y Argentina, y más lejos aún de los mayores mercados a nivel planetario, como Estados Unidos, donde el disco de oro se otorga por 500 mil discos y el de platino por un millón.

Cabe destacar que Chile es uno de los países más rentables a la hora de recibir conciertos de artistas extranjeros, pero el mercado disquero, aludiendo al fútbol, apenas pertenece a una segunda división.

A pesar de estas malas cifras, y contrario a cualquier pronóstico, la escena nacional es la única que muestra una leve alza en sus ventas. Mientras la comercialización del repertorio anglo, clásico y latino ha caído de manera sistemática, el de música chilena subió de 322.401 unidades vendidas en 2008, a 733.927 en 2009.

El alza coincide con la escalada de éxitos como los de Américo y La Noche, fenómenos artísticos que disfrutaron una alta convocatoria e interés mediático, proceso similar al que vivió la "generación Rojo" (cantantes nacidos de un programa de talentos jóvenes) a principios de siglo y que sirvieron de salvavidas para la industria.

El problema

La rapidez de los cambios tecnológicos está revolucionando la industria de la entretención. Esta

situación se ve reflejada en los distintos usos que se le otorga a Internet, entre los cuales sobresale la descarga de música. Esto último está generando serios problemas al Plaza Independencia Música, en donde están preocupados y sin mucho espacio ni tiempo para actuar, por lo que deben probar distintas estrategias para aumentar las ventas de los discos originales. Ante esta situación, Alfonso se pregunta: ¿cómo puedo competir contra la descarga gratuita de música Internet, si es que ambos ofrecemos el mismo disco, con la diferencia de que yo lo vendo?

Anexos

Anexo 1: Información sobre la venta de música pirata en Chile

Según cálculos de la recientemente creada Comisión Nacional Antipiratería (CONAPI), el comercio de productos ilegítimos genera pérdidas anuales que se empujan por sobre los 200 millones de dólares, de los cuales 25 corresponden a discos de música.

Los empresarios de la industria musical, en asociación con la editorial y la de videos, presionaron a las autoridades políticas para promulgar la ley 17.336 de propiedad intelectual, la cual castiga y sanciona la piratería.

Anexo 2: Porcentaje de piratería doméstica en 2.000 unidades, en América Latina

Por encima del 50%	Entre el 20-50%	Entre el 10-25%
Bolivia	Argentina	Brasil
Ecuador	Chile	Costa Rica
México	Venezuela	
Paraguay	Uruguay	
Perú		
Colombia		

Fuente: IFPI; Music Piracy Report. 2010

¹ "Ventas de discos en Chile alcanzan las cifras más bajas en diez años". La Tercera, 12 de septiembre de 2010.