

Universidad Pedagógica Nacional

Facultad De Bellas Artes

Departamento De Educación Musical

Licenciatura En Música

Trabajo de grado para obtener el título de

Licenciado En Música

Las plataformas digitales y las redes sociales como eje de cambio en la producción y
consumo de la música rock hecha en Colombia

Presentado Por

David Steven Sánchez Holguín

Abelardo Jaimez Carvajal

Manuel Hernandez

Asesores

Bogotá Colombia

2024

A mi Padre y mi Madre quienes fueron mi más grande apoyo para esforzarme, a el maestro Abelardo Jaimes quien fue un guía en mi proceso hasta el final y a mis hermanas quienes fueron la inspiración para iniciar esta carrera.

Tabla de Contenido

Tabla de Contenido	3
Introducción	5
Planteamiento Del Problema	5
Pregunta De Investigación	7
Objetivo General.....	7
Objetivos Específicos	7
Justificación	7
Glosario	8
Marco Teórico.....	11
La evolución de la difusión musical y sus cambios tecnológicos	11
Virtualización e innovación tecnológica en la producción musical:	17
El Rock hecho en Colombia, breve relato de su historia:.....	21
Ruta Metodológica.....	23
Desarrollo Metodológico	23
Transformación en la Producción Musical:	23
La Transformación en la producción y consumo del rock colombiano	25
Tablas por Categorías:.....	25
Análisis de Categorías.....	31
Inicio del Consumo de Rock.....	31
Mecanismos de Acceso	31
La Población Actual del Rock Colombiano.....	32
El Producto Rock Nacional.....	32
Formas de Difusión	32
Representación del Consumidor	33
La Importancia de las Redes Sociales	33

Adaptación de la Composición y/o Distribución Musical a las Plataformas de Streaming.....	33
Conclusiones	34
Bibliografía.....	37
Anexos	41
Anexo 1: Entrevista con Felipe Ramírez.....	41
Anexo 2: Entrevista con Kevin Sánchez.....	45
Anexo 3: Entrevista con Andrés Leiva.....	49

Introducción

En la década actual es decir entre el año 2020 hasta 2024, observamos una era en la que la información y la música fluyen sin restricciones, siendo accesibles a través de medios de difusión digitales y redes sociales. Este entorno ha proporcionado a los consumidores una capacidad prácticamente ilimitada para explorar y adquirir información y música. Este cambio paradigmático está moldeando de manera esencial las influencias musicales de posibles nuevos artistas, antes influenciados principalmente con la música de su entorno. Ahora, estas influencias se enriquecen mediante algoritmos de reproducción que buscan promocionar sonidos afines a las elecciones iniciales del usuario y los sonidos reproducidos constantemente en plataformas de streaming como YouTube Music, Spotify y Apple Music, entre otras.

Simultáneamente, estos medios de difusión fomentan nuevas formas de grabación y composición, adaptándose al contexto digital. Esta transformación permite la utilización de sonidos e instrumentos virtualizados, superando la barrera de la necesidad de un músico instruido en la interpretación tradicional de un instrumento. Un ejemplo elocuente de este fenómeno es la recurrente incorporación instrumentos y sonidos ambientales digitalizados para las producciones actuales. Este proceso crea un círculo de desarrollo dinámico entre las influencias de un artista y las posibilidades de creación musical que la era digital propicia.

En este contexto, surge la imperante necesidad de comprender cómo las actuales formas de difusión musical están transformando el proceso de producción y consumo de la música. El presente escrito se sumerge en un análisis profundo de este fenómeno, explorando cómo la evolución digital está influyendo en los procesos compositivos y de consumo en un contexto globalizado y tecnológico.

Planteamiento Del Problema

La constante evolución de los medios de difusión y el crecimiento en el uso de las plataformas de transmisión digital o “streaming” estimulan la transformación constante de la industria musical de las recientes décadas. Transición que reestructura la forma en que los

músicos crean su producto junto a la forma en que el público descubre y consume los mismos, y aunque estas formas de difusión logran palpar una libertad total de publicación y acceso a la visibilidad del mismo, se vuelve necesario comprender el impacto de estos cambios en la creación musical, las herramientas desarrolladas en paralelo y la dinámica que rige la nueva industria, por ello nuestro como aspectos importantes a considerar los siguientes puntos:

1. Influencia en la Creación Musical:

- ¿Cómo ha afectado la presencia de plataformas de transmisión digital al proceso creativo de los músicos?
- ¿Las tendencias de consumo en estas plataformas han impactado las decisiones artísticas y creativas de los artistas?

2. Innovaciones Tecnológicas y Virtualización:

- ¿Cómo han adoptado los músicos las innovaciones tecnológicas, como la virtualización de instrumentos y sonidos, para adaptarse al nuevo entorno digital?
- ¿Estas tecnologías han propiciado nuevas formas de composición y grabación?
- ¿Cómo se distribuye la música?

En la actualidad, las formas de consumo han cambiado súbitamente. Coexistimos en la denominada era digital que, con su desarrollo, ha logrado una capacidad de intercambio de información casi infinita, permitiéndonos tener una banda sonora permanente en la película de nuestro diario vivir. Acompañando cada instante de nuestro día, la música se encuentra disponible a través de diferentes medios de consumo, sin límites de conocimiento o adquisición. Comprender estos aspectos es fundamental para los músicos, productores y consumidores de música. La investigación busca analizar cómo las plataformas digitales están dando forma a la identidad musical, explorando la intersección entre la rica tradición musical y las oportunidades y desafíos presentados por las plataformas de transmisión digital.

Pregunta De Investigación

¿Cómo han impactado las principales plataformas de reproducción de música digital (YouTube, Spotify) y redes sociales (TikTok, Meta) en la producción y consumo de música rock hecha en Colombia, desde la perspectiva de un consumidor, un investigador de mercado y un músico profesional?

Objetivo General

Analizar el impacto de las principales plataformas de reproducción de música digital y redes sociales en los procesos de creación, producción y consumo de música rock hecha en Colombia desde la perspectiva de un consumidor, un investigador de mercado y un músico profesional.

Objetivos Específicos

- Identificar cómo se ha transformado la difusión de la música y sus cambios tecnológicos.
- Reconocer la virtualización e innovación tecnológica en la producción musical.
- Explorar cómo las oportunidades y desafíos presentados por estas plataformas transforman la composición y consumo musical.
- Comparar la visión desde el consumo, la industria y el artista.

Justificación

La explosión de las plataformas digitales de música ha modificado radicalmente las dinámicas tradicionales de la industria musical. Este fenómeno no solo ha afectado la manera en que los artistas producen y distribuyen su música, sino que también ha influido en las preferencias y hábitos de consumo de una audiencia cada vez más conectada digitalmente.

Colombia, no ha quedado exenta de este cambio. La comprensión de cómo las plataformas digitales han impactado la música en Colombia se presenta como una investigación relevante en el panorama actual, ya que busca comprender estos cambios y a través de este entendimiento ampliar la adaptación al entorno digital como músicos y

docentes de música. Este estudio no sólo iluminará las transformaciones en el proceso creativo y la producción musical, sino que también, arrojará luz sobre la forma en que estas plataformas están contribuyendo a la evolución de las formas de sociabilidad. Tomando como muestra el género rock producido en nuestro país, esta investigación quiere entender un poco más de la perspectiva desde tres visiones base que rodean el mundo de la música: el consumidor, la industria y el artista. Sembrando una semilla para una posible investigación mucho mayor alrededor de la sociabilidad, la música y la construcción personal con la misma, vale la pena entender que ve un consumidor cuando llega a la música: el ¿Cómo? y el ¿Por qué? la persona se desarrolla frente a lo que hoy en día llamamos redes sociales y plataformas de streaming (aplicaciones desarrolladas para el consumo de productos audiovisuales), las cuales marcan una posición muy importante en nuestro desarrollo personal en la actualidad. De la misma forma, como artistas nos es posible entender cómo funciona el mercado moderno y el alcance global que nos brindan estos medios y así, desde la docencia comprender que la enseñanza de la música debe reflejar las realidades contemporáneas de la industria.

Los cambios en la difusión de la música permiten a los profesores actualizar sus programas de estudio, y con ello preparar a los estudiantes para el entorno actual, pues, es desde mi parecer y experiencia que los estudiantes no solo deben aprender a tocar instrumentos o teoría musical, sino también, cómo navegar en la industria y los cambios sociales. Un conocimiento profundo de las formas de difusión actuales es esencial para brindar una educación completa.

Glosario

Dado que esta investigación se centra en las plataformas de transmisión de música digital y las redes sociales, y la forma en que estas han cambiado la producción y consumo de la música rock hecha en Colombia, es importante que tanto el lector como los participantes de la investigación comprendan con precisión el significado de términos técnicos y específicos que se mencionan a lo largo del texto. Para ello, este glosario

proporciona definiciones claras de términos técnicos y productos específicos del campo musical y digital que pueden no ser familiar para todos los lectores:

- Red Social: según la Real Academia Española(s.f.), es una plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios.
- Algoritmo: según la Real Academia Española(s.f.), es un conjunto ordenado y finito de operaciones que permite hallar la solución de un problema.
- Stream: información digital (material de audio o video) que es constantemente transmitido un paquete a la vez y es usualmente destinado a la reproducción inmediata (Merriam-Webster, s.f)
- App: aplicación diseñada para dispositivos móviles como teléfonos inteligentes (Merriam-Webster, s.f)
- Youtube Music: Según Google (s.f.), la app de YouTube Music permite mirar videos musicales nuevos, estar al tanto de las novedades de los artistas favoritos y descubrir música y podcasts nuevos para disfrutar en todos los dispositivos.
- Spotify: Según Spotify (s.f.): "Spotify es un servicio de música, podcasts y videos digitales que te da acceso a millones de canciones y a otro contenido de creadores de todo el mundo. Las funciones básicas, como escuchar música, son totalmente gratis, pero también tienes la opción de mejorar tu cuenta con Spotify Premium.

Tanto si tienes Premium como si no, puedes hacer lo siguiente:

- * Recibir recomendaciones basadas en tus gustos
- * Crear colecciones de música y podcasts
- * Y mucho más

Spotify está disponible en una gran variedad de dispositivos, como ordenadores, teléfonos, tabletas, altavoces, televisores o coches, y puedes pasar fácilmente de uno a otro con Spotify Connect."

- Apple Music: según Apple Inc.(s.f.) "Con la app Música , los suscriptores de Apple Music pueden agregar y descargar canciones y videos de Apple Music. Puedes transmitir la música que agregas a tu iPhone mientras tienes conexión a Internet.

Para reproducir música cuando no tengas conexión a Internet, primero debes descargarla.”

- MP3: formato de archivo para la compresión y almacenamiento de información de audio digital,(Merriam-Webster, s.f)
- iPod: según Apple Inc. (2022) : “primer reproductor de MP3 en ofrecer almacenamiento para 1,000 canciones y 10 horas de batería en un espectacular dispositivo de 184 gramos)”
- iTunes: según Apple Inc.(s.f.) : “es la tienda de música número uno del mundo y tiene millones de canciones, álbumes, videos y otros elementos a la venta; así como muchos elementos gratuitos, como podcasts y conferencias educativas.”
- Playlist o Lista de reproducción: Una lista de grabaciones a ser reproducidas al aire por una estación de radio, también una lista similar usada para organizar una colección personal de música digital, (Merriam-Webster, s.f).
- EchoDot: según Amazon. (s.f.) “Echo Dot es una bocina inteligente que se controla con la voz y que usa Alexa. Gracias a su diseño, es ideal para cualquier habitación de la casa. Simplemente pídele a Alexa música, las noticias o información.”
- WAV: un formato de archivo usado para el almacenamiento de información de audio digital, usualmente sin pérdida de calidad al ser sin compresión, (Merriam-Webster, s.f).
- Pro Tools : según la Escuela Des Arts. (s.f.),“Pro Tools es, actualmente, uno de los DAW más empleados en los principales estudios de grabación. Sin embargo, puede acabar siendo una herramienta realmente útil para los que graban en casa gracias a su interfaz. Este software está disponible en tres versiones distintas, que se ajustan a las necesidades.

La plataforma sirve para la grabación, edición y producción musical. Avid trabaja para renovar constantemente la herramienta mediante una gran variedad de plugins. El programa se adapta al proyecto que estés llevando a cabo tanto en el número de pistas como en las funcionalidades.”

- MIDI: estándar electrónico usado para la transmisión de código digital de música, (Merriam-Webster, s.f).
- Sample: un extracto de una grabación (como una canción popular de otro intérprete) que se utiliza en una composición, grabación o interpretación musical, (Merriam-Webster, s.f).
- Software: según la Real Academia Española(s.f.). “Conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas para ejecutar ciertas tareas en una computadora.”
- DAW: Estación de Trabajo de Audio Digital por sus siglas en inglés (Digital Audio Workstation), es un software de computadora diseñado para grabar, editar, mezclar y producir música y audio de manera digital. Los DAWs son herramientas multifuncionales que ofrecen una amplia gama de funciones y características para músicos, productores e ingenieros de audio (Kefauver, 2007).
- VST (Virtual Studio Technology): es un estándar de software desarrollado por Steinberg Media Technologies que permite a los usuarios integrar instrumentos virtuales, efectos de procesamiento de audio y otras herramientas de producción musical en un entorno de software de audio digital, como un DAW (Estación de Trabajo de Audio Digital). Los VST son complementos o "plug-ins" que se ejecutan dentro de un DAW y permiten a los usuarios expandir las capacidades de producción de su software de audio (Martínez Núñez, 2007)

Marco Teórico

La evolución de la difusión musical y sus cambios tecnológicos

La primera forma de reproducir música era su interpretación a un público determinado en otras palabras: los conciertos, hasta antes de la edad media en su mayoría era posible para cualquier persona asistir a los eventos culturales asociados. Desde la cultura egipcia, mesopotámica y sumeria la música fue usada como una forma de entretenimiento para mantener la actividad anímica y el cariño de sus fieles para los reyes o líderes de cada cultura. Es hasta la edad media donde la música empezaría a detenerse como acceso

público, por parte de la iglesia se desarrolla la separación de música secular y música pagana, la cual limitaría a quienes pueden acceder a ellas debido a su presentación en monasterios, iglesias y catedrales de forma exclusiva para el clérigo y la nobleza. Para los siglos XVII y XVIII las presentaciones son trasladadas a palacios y salones de la nobleza donde fueron exclusivas para miembros de la élite. A su vez, los conciertos paganos alrededor de fogatas, bares y fiestas eran el único acercamiento de las personas no incluidas en la élite, quienes fueron limitadas a la escucha de músicos empíricos y juglares cantando anécdotas (Rodríguez, 2011). Esta situación perduraría hasta la llegada del Gramófono, inventado en 1877 por Thomas Edison y desarrollado comercialmente por Emile Berliner en 1885 fue la primera forma de transmisión de música grabada permitiendo su reproducción a las personas con suficiente economía para adquirir estos dispositivos debido a su alto costo y la infraestructura requerida para su uso. El Gramófono marcó el principio de las disqueras quienes eran las encargadas de manejar todo lo referente a industrialización de la música y definir que era posible difundir y que no. Es hasta 1920 cuando el gramófono se hizo medianamente popular en América del Norte y Europa, pero su costo seguirá siendo un impedimento para su adquisición. La Radio emergería por la misma década de 1920 convirtiéndose en el medio más popular para la reproducción de música que, a comparación del gramófono, tenía mucha más viabilidad adquisitiva, dejando así que la industria se preocupara por avanzar rápidamente para llevar el dispositivo reproductor a más hogares y a menor costo, al utilizar frecuencias como medio difusor permite encadenar una misma reproducción a diferentes dispositivos, dando como nacimiento las grandes cadenas radiales o emisoras que hasta hace muy poco (poco menos de 20 años), eran las que dominaban la popularidad de un artista al tener la capacidad de ser adquirido con gran facilidad; sin discriminar raza, estrato o cultura, la radio podía ser adquirida por cualquiera, lo cual realzaba un contexto de común sociabilidad alrededor de los dispositivos disponibles. Tanto en establecimientos como en algunos hogares que tenían acceso a este dispositivo (que mundialmente hizo su debut en 1906 llegando también a Colombia para 1920) la posibilidad de controlar lo que era escuchado y

la posibilidad de repetirlo cuantas veces se desee lleva a la creación de los Tocabiscos, Casetes y CD(Compact Disk). Estos cuatro dispositivos siempre fieles a la reproducción de las grabaciones hechas en cintas magnéticas, enmarcaron la fractura de lo posible en cuanto a música se puede hablar, pues son la evolución de un dispositivo como lo fue el Gramófono combinando la posibilidad de adquisición de la radio, en muchas ocasiones en dispositivos que combinaban ambos tipos de difusión, la privada desde la compra de los discos y la del radio, dependiendo de la época, un tocabiscos con radio para finales de 1920, un radio con reproductor de casete en 1960 o con CD para 1990.

Es con estos dispositivos que empieza el cambio de apropiación de música pues, era posible adquirir música específica y así mismo compartirla con sus allegados, su grupo de amigos, vecinos o familiares permitiendo reunirse alrededor de la música para muchas más personas y así mismo tejiendo pequeños grupos culturales alrededor de ella. Un ejemplo notorio son el Blues y el Góspel durante 1930 a 1960, dos géneros musicales que formaron parte coyuntural de los movimientos de la raza negra en Estados Unidos para identificarse con las palabras de artistas como Areta James o Muddy Waters cantando sobre su vida y sus anhelos. Eso sí, siempre bajo el control de los medios de la industria como lo son las disqueras, debido a que la cinta magnética es el medio principal de grabación y la posibilidad de grabar solo la tenían las grandes compañías como Sony o Emi entre otras (Doggett, 2018).

Después de dominar la gran mayoría del siglo, la cinta magnética es reemplazada con la introducción del formato MP3 en 1993, el cual desencadenó una era de compresión musical que permitía la difusión a un mayor volumen de canciones en dispositivos portátiles (Sterne, 2012). Este hito técnico no solo desafió la supremacía de dispositivos como el Walkman y el Discman, sino que también sentó las bases para la era digital que estaba por venir con la irrupción de Napster a finales de los 90 y principios de los 2000, el cual presentó un paradigma único: la compartición global de música en formato MP3.

Aunque limitada por la accesibilidad a la conexión a internet, esta plataforma sembró las semillas de la democratización musical y planteó desafíos éticos respecto a la propiedad

intelectual (Bergmann, 2004). Junto a la llegada del iPod en 2001, llevó la música a una dimensión portátil sin precedentes, albergando cientos de canciones en un dispositivo compacto. Este dispositivo no fue el único que permitió la portabilidad del formato ya que varios reproductores MP3 fueron llegando durante la época y permitieron reproducir una cuantía considerable para la época, pues pasar de un CD que no tendría mucho más de 20 canciones a 100 o más obras, transformó por completo la posibilidad de escuchar música. Pero el iPod acompañado de iTunes una plataforma que permitía la compra de música digital sin arremeter a los derechos de autor y reproducción, solamente limitado a los dispositivos de marca Apple, revolucionó la manera en que la música era adquirida y almacenada. Cabe resaltar que todo esto aún estaba dirigido por la industria musical y las grandes compañías que poseían los derechos de reproducción de los artistas (Calvi, 2011).

El punto de inflexión llegó en 2008 con la aparición de Spotify y el nacimiento del "Streaming". Esta plataforma no solo transformó la forma en que consumimos música, sino que también liberó a los artistas de la dependencia de las disqueras, permitiendo a cualquier creador compartir su música globalmente. Cabe aclarar que una plataforma de streaming es un servicio en línea que permite a los usuarios acceder y consumir contenido multimedia, como música, películas, programas de televisión, podcasts y más, en tiempo real a través de Internet. Estas plataformas ofrecen una forma conveniente de disfrutar de contenido digital sin necesidad de descargarlo previamente en el dispositivo del usuario. Las plataformas de streaming funcionan mediante la transmisión continua de datos desde los servidores del proveedor de servicios hasta el dispositivo del usuario. Este contenido se reproduce instantáneamente en el dispositivo del usuario a medida que se va recibiendo, lo que permite una experiencia de usuario fluida y sin interrupciones, algunos ejemplos populares de plataformas de streaming de música incluyen: Spotify, Apple Music, Amazon Music (Palacio-Puerta, 2017).

Estas plataformas suelen ofrecer una combinación de contenido gratuito con publicidad y opciones de suscripción premium que brindan acceso sin publicidad y características adicionales, como descargas de contenido para reproducción sin conexión.

La mayor diferencia entre ellas es la composición o programación del algoritmo relacional el cual se encarga de mostrar contenido recomendable al usuario basado en sus gustos o búsquedas, es decir, monitorizando toda actividad en ellas. Algunos de los cambios más importantes que dan al consumo de la música son:

- Acceso a catálogos extensos: Los servicios de streaming ofrecen a los usuarios acceso instantáneo a catálogos musicales enormes y diversificados. Esto ha llevado a una mayor exploración y descubrimiento de nueva música, así como a una mayor diversidad en los hábitos de escucha.
- Personalización y recomendaciones: Las plataformas de streaming utilizan algoritmos avanzados para analizar los hábitos de escucha de los usuarios y ofrecer recomendaciones personalizadas. Esto ha cambiado la forma en que se descubre y se consume la música, ya que los usuarios confían en las recomendaciones algorítmicas para explorar nuevos artistas y géneros musicales.
- Listas de reproducción: estas ofrecen una forma conveniente de descubrir música nueva y crear una experiencia de escucha curada. Las listas de reproducción generadas por algoritmos, así como las listas de reproducción curadas por expertos y celebridades, son ampliamente utilizadas por los usuarios.
- Consumo móvil: El consumo de música a través de dispositivos móviles, como teléfonos inteligentes y tabletas, ha aumentado significativamente. La portabilidad y la conveniencia de los dispositivos móviles han llevado a un aumento en el consumo de música en movimiento, lo que ha impulsado aún más el crecimiento del streaming de música.
- Descubrimiento social: Muchas plataformas de streaming integran funciones sociales que permiten a los usuarios compartir música, crear listas de reproducción colaborativas y seguir los hábitos de escucha de amigos y celebridades. Esto ha llevado a una experiencia de descubrimiento más social,

donde los usuarios pueden descubrir música a través de conexiones sociales y recomendaciones de amigos.

El iPhone, también en 2008, integró Spotify, consolidando la portabilidad y accesibilidad de la música digital. Este contexto, definido por la conveniencia de reproducir archivos MP3, no es reducido a la marca Apple, pues las demás empresas de venta de dispositivos telefónicos móviles adoptaron estos medios de difusión como principal herramienta, llevando a la desaparición del CD, el casete y el vinilo como medios relevantes de almacenamiento de la música y ahora solo formas de colección o estética, y esto no solo en la portabilidad, pues los equipos de sonido dejan de centrarse en reproducir estas formas de almacenamiento y en compañía de las plataformas de streaming desarrollan dispositivos de reproducción para el hogar como el EchoDot o Google Home, que a través del control por comando de voz realizan la búsqueda y reproducen la música deseada.

Lo anterior, demuestra la intersección entre la tecnología y la economía emergente basada en la música en línea, al tener la posibilidad no sólo de reproducción, también de publicación y difusión sin terceros y alimentada por las redes sociales a través de mensajes personales o públicos dependiendo de la red, dejando la modernidad de la difusión a completa libertad de la búsqueda en estas plataformas, pero transformando el reconocimiento y estableciendo una nueva medición de la popularidad: las reproducciones. Para entender esta nueva forma es importante primero entender como funciona el algoritmo de Spotify hasta hoy: *“El servicio de Spotify ha invertido en sistemas algorítmicos para la recomendación de música, que personaliza la experiencia musical de los usuarios. El algoritmo toma en consideración el historial del usuario, los artistas que sigue, playlists favoritas y las actividades y gustos de sus amigos. Para los artistas, el algoritmo también considera optimizaciones del perfil y favorece a los artistas que interactúan constantemente con la plataforma. Esto significa, que estrategias enfocadas en varios lanzamientos constantes sobre un periodo de tiempo extendido, se puede beneficiar del algoritmo.”* (ONErpm, s.f.). Spotify.

Por ende, las continuas reproducciones encadenan más reproducciones al ser sugerencia para un usuario, y de esta forma encontrar popularidad en la mediática moderna, generando que la cantidad de reproducciones de un artista en las plataformas sea una medición exacta de su éxito y las mismas plataformas muestran los artistas más reproducidos, como lo es la presentación “Recap” que hace Spotify durante fin de año la cual muestra quienes fueron los artistas más escuchados durante el mismo año o en forma más exacta la IFPI (Federación internacional de la industria fonográfica) muestra en su artículo anual los artistas destacados usando las reproducciones y suscripciones al perfil de los mismos como forma cuantitativa de éxito.

Virtualización e innovación tecnológica en la producción musical:

Una definición concreta de lo que podemos llamar producción musical según Meining Cheung Ruiz & Pérez Valero (2020) es: “La producción musical personifica el ámbito integrador en búsqueda de la dirección o visión del proyecto, procurando cohesión y coherencia para alcanzar metas específicas, tanto musicales como artísticas o comerciales para el producto.” (p. 14), frase de la cual cabe enfatizar las metas comerciales, que por definición necesitan un producto para realizar el debido intercambio de bienes, en este caso la música por dinero.

El producto que ha logrado dominar durante los siglos XX y XXI para la difusión y exposición de la música es la reproducción de una grabación en diferentes sistemas de audio como bocinas, audífonos, etc. Por lo cual entender como la tecnología de grabación ha cambiado y su historia es relevante, y para esto usé como referencia el libro “Capturing sound: How technology has changed music” de Mark Katz (2004) quien explora cómo las tecnologías de grabación han transformado la música desde la invención del fonógrafo hasta la era digital. Katz analiza la influencia de estas tecnologías en la creación, distribución y consumo de la música:

Comenzando por la grabación en cilindros (1877-1910) protagonizando los primeros días de la grabación musical, el proceso de grabación implicaba hablar o tocar frente a un

cuerno de grabación que estaba conectado mecánicamente a un diafragma. Este movimiento del sonido hacía que el diafragma vibrara, lo que a su vez movía una aguja que cortaba un surco en el cilindro de cera en espiral, esta técnica mecánica registraba las vibraciones del sonido en forma de surcos en el cilindro de cera.

Este método fue reemplazado por la grabación en discos de vinilo (1889-presente) la cual causó que el proceso de grabación se volviera más sofisticado, utilizando un micrófono para capturar el sonido y este lo amplificaba electrónicamente. El sonido amplificado se grababa en un disco de vinilo utilizando una máquina de grabación que tenía una aguja que cortaba un surco en espiral en la superficie del disco. La máquina de grabación estaba equipada con una mesa giratoria que sostenía el disco de vinilo y un brazo que sostenía la aguja de grabación, a medida que el disco giraba, la aguja de grabación se movía radialmente a lo largo del disco, creando el surco de grabación.

Con la aparición de la Cinta magnética (1930s-presente) la grabación de sonido se vio envuelta en una transformación de amplias magnitudes pues esta permitía grabaciones de mayor fidelidad y ofrecía la posibilidad de editar y manipular las grabaciones con mayor facilidad que los medios anteriores. La cinta magnética se convirtió en el estándar de la industria durante décadas y todavía se utiliza en ciertos contextos. En el uso de estos métodos era necesario el uso de músicos de sesión que tuvieran la habilidad de grabar en una sola toma a la perfección, reconociendo esta parte de la profesión del músico como alguien que podía leer la partitura a la perfección y permitiera aligerar los costos de grabación reduciendo la cantidad de tomas, en ocasiones incluso grabando discos completos en bloque (grabación simultánea de toda la instrumentación).

La cinta magnética permitió la aparición de la edición, removiendo fragmentos y separando los discos o en ocasiones grabando por separado la instrumentación hasta que, para la década de 1980, la edición digital se apropiaría de los estudios de grabación con la aparición del formato WAV. Los programas de edición digital, como el Sound Designer lanzado en 1985 (Holsinger, 1987), permitían manipular y editar grabaciones de manera más precisa que nunca. En la década de 1990, las estaciones de trabajo de audio digital

(DAW), que combinan grabación, edición y producción en un entorno digital, se volvieron esenciales en la industria musical. Ejemplos destacados de DAW que surgieron en esta época incluyen Pro Tools (1991) (Collins, 2012) y Cubase (1989) (Prochak, 2010), estableciendo nuevos estándares para la creación musical y la producción de alta calidad. Estas plataformas revolucionaron la forma en que los músicos abordaban el proceso creativo al proporcionar herramientas poderosas y flexibles en el ámbito digital, las cuales hasta la actualidad continúan como la principal forma de grabación y rozando con atrevimiento la composición, algunas de sus características son:

- Grabación de audio: Los DAWs permiten la grabación de audio en tiempo real a través de interfaces de audio conectadas a la computadora. Esto puede incluir la grabación de voces, instrumentos acústicos, instrumentos electrónicos y cualquier otro sonido que se pueda capturar con un micrófono o una interfaz de audio.
- Edición de audio: Los DAWs ofrecen potentes herramientas de edición de audio que permiten manipular y modificar grabaciones de audio. Esto incluye funciones como cortar, copiar, pegar, deshacer, ajustar la velocidad, la tonalidad y el tiempo, eliminar ruidos no deseados, entre otros.
- Secuenciación MIDI: Además de grabar audio, los DAWs también permiten la creación y edición de música utilizando datos MIDI (Interfaz Digital de Instrumentos Musicales). Esto incluye la grabación y edición de notas, cambios de controlador, automatización y más.
- Mezcla y masterización: Los DAWs ofrecen una amplia variedad de herramientas y efectos para mezclar pistas de audio, ajustar niveles de volumen, panoramas, ecualización, compresión, reverberación, y otros procesos de audio. También permiten la masterización, el proceso final de preparación de una mezcla para su distribución.
- Compatibilidad con complementos: Los DAWs son compatibles con una amplia variedad de complementos de audio, como instrumentos virtuales, efectos de

procesamiento de señales, sintetizadores, ecualizadores, entre otros. Estos complementos pueden ampliar las capacidades de producción del DAW y permitir la creación de una amplia gama de sonidos y efectos.

- Interfaz de usuario: Cada DAW tiene su propia interfaz de usuario, con su propio conjunto de herramientas y características específicas. Las interfaces de usuario pueden variar en complejidad y diseño, y los usuarios a menudo eligen un DAW en función de su flujo de trabajo y preferencias personales.

En resumen, un DAW es una herramienta esencial para la producción musical y la grabación de audio en la era digital. Ofrecen una amplia gama de funciones y características que permiten a los usuarios crear, editar, mezclar y producir música de manera profesional en un entorno informático y dentro de estos procesos en nuestra era la creación va de la mano con los VST los cuales brindan la posibilidad de añadir sonidos como instrumentos de cualquier índole, hasta efectos de sonido como distorsión, silbidos o frecuencias:

- VST de instrumentos virtuales: Estos son VST que emulan instrumentos musicales reales, como pianos, sintetizadores, baterías electrónicas, cuerdas, vientos, y una amplia variedad de otros instrumentos. Los usuarios pueden tocar estos instrumentos virtuales utilizando un controlador MIDI o el teclado de su computadora y grabar las notas directamente en su DAW.
- VST de efectos: Estos son VST que aplican efectos de procesamiento de audio a las pistas de audio dentro del DAW. Esto incluye efectos como ecualización, compresión, reverberación, retardo, distorsión, modulación y muchos otros. Los usuarios pueden aplicar estos efectos a las pistas de audio para alterar su sonido y lograr el resultado deseado en la mezcla final.

Los VST han revolucionado la forma en que se produce música en el entorno digital, permitiendo a los músicos y productores acceder a una amplia gama de sonidos y efectos directamente desde su software de audio. Los VST son compatibles con una variedad de DAWs populares, lo que brinda a los usuarios la flexibilidad de elegir el software que mejor

se adapte a sus necesidades y preferencias de producción. Ejemplos destacados de software que contribuyeron a esta transformación incluyen el software de síntesis musical CSound (creado en 1985) y la librería digital SoundFont (lanzada por Creative Labs en 1992), que permitieron a los músicos explorar y manipular sonidos de manera digital. Un ejemplo destacado de la década de los 80 que utilizó estas herramientas es el género New Wave que utilizó la experimentación de sonidos acercándose a la música electrónica y que en sí misma retroalimentó al género pop en su desarrollo.

El Rock hecho en Colombia, breve relato de su historia:

Al ser parte de la muestra, cabe explorar el contexto por el cual se desarrolla el rock en Colombia, para lo cual uso como principal referencia en este breve pasaje el libro “La Causa Nacional: Historias del rock en Colombia” de Jacobo Celnik:

A partir de 1950 la música colombiana se vería transformada para toda la vida iniciando su propia versión del movimiento rock, el cual, estuvo marcado por sus orígenes en Reino Unido y su basta acogida en Estados Unidos. Durante esta década el acontecimiento raíz es la presentación de la película “Rock around the clock” de Bill Halley en el teatro El Cid, acontecimiento que resuena entre muchas personas integrantes de el movimiento rock hecho en Colombia hasta la actualidad, pero que en su emisión marcaría bandas muy representativas para la historia nacional como Los Speakers, Los Flippers, Los Jetis o The Streaks, que al reinterpretar canciones de The Beatles y The Rolling Stones entre muchas otras lograron crear los cimientos de la escena local.

Para la década de 1970, el rock en Colombia empezó su transformación, su búsqueda de un sonido propio, y es a través de los sonidos psicodélicos que nacerían bandas como Génesis, banda que mezclaría también la música tradicional del país con los sonidos extravagantes y enérgicos de el rock mundial y abrió las puertas para que durante los años 80 llegara el sonido que en marcaría durante el resto de su historia la música del país, el heavy metal de la mano de bandas como Kraken o Kronos , el punk con Mutantex y La Pestilencia y el new wave junto a Pasaporte y Hora Local.

En la década de 1990 el rock en español fue lo más fuerte en toda Latinoamérica lo cual inspiró a bandas que hasta la actualidad no dejan de sonar y hacen parte de la historia como los mayores exponentes del género rock en Colombia, hablo de La Derecha, Ekhyrosis y Aterciopelados quienes según Celnik son las bandas que lograron traspasar las fronteras exponiendo una esencia colombiana al tratar tanto temas de cotidianidad como las dificultades que atravesó el país durante la época, retomando esa esencia de inconformidad tan propia del rock en sí mismo lo cual abrió el camino para que en el siglo XXI y su era digital se hicieran presente bandas como Doctor Krápula, The Mills, Superlitio, Don Tetto, The Hall Effect, entre muchas que lograron atravesar la barrera del género musical y se abrieran paso a sonidos propios.

En la última década, la era digital ha transformado aún más el panorama del rock en Colombia. Plataformas como YouTube, Spotify y las redes sociales han permitido que bandas emergentes e independientes puedan distribuir su música sin necesidad de grandes disqueras, alcanzando a un público más amplio y diversificado. Bandas como Diamante Eléctrico, Telebit, y Oh'laville han sabido aprovechar estas herramientas para construir una base de seguidores tanto a nivel nacional como internacional, reflejando la democratización de la producción musical en la era digital.

A lo largo de su historia, el rock en Colombia ha sido más que un género musical; ha servido como una voz de resistencia y expresión cultural, abordando temas políticos, sociales y personales que resuenan con la realidad del país. Aunque ha enfrentado numerosos desafíos, desde la falta de infraestructura hasta la competencia con géneros más comerciales como el reguetón, el rock colombiano ha demostrado una capacidad única para adaptarse y evolucionar, manteniendo su relevancia en la cultura nacional. La escena actual, aunque diversa y fragmentada, continúa explorando nuevas direcciones, reflejando la rica y compleja historia de este género en Colombia.

Teniendo en cuenta esta información, a continuación, desarrollo un análisis de cómo estos cambios tecnológicos afectan la forma de consumo y producción de la música rock colombiana usando observaciones globales de artistas de talla mundial y percepciones de

personas que conviven con estos cambios en el entorno de Colombia y el movimiento cultural dentro este género musical.

Ruta Metodológica

- Tipo de investigación

Esta investigación es cualitativa y de carácter fenomenológico pues se centra en comprender los significados de las experiencias recolectadas alrededor de los movimientos culturales y el análisis de documentos. Los datos serán descritos identificando patrones, temas y significados que emergen a partir de los datos.

- Población

Participantes del desarrollo de la música de forma global y nacional, para comprender desde diferentes perspectivas cómo se adoptan los cambios descritos con anterioridad

- Instrumentos de recolección de datos:

En este proyecto se usa el Registro documental y entrevistas como fuente de recolección de datos teniendo como parte fundamental el registro documentado de las entrevistas publicadas de artistas de categoría global y entrevistas realizadas a personas habitantes de Colombia que sean partícipes del género rock hecho en Colombia, desde la escucha y la producción. Todos los documentos usados para este análisis se encuentran en la bibliografía.

- Análisis de Datos

En función de una mayor asertividad en las conclusiones se desarrollará una matriz de categorías de las entrevistas desarrolladas en función de este proyecto de grado, para lograr una comparación directa de las perspectivas diversas de los entrevistados en cuanto al tema sujeto a análisis.

Desarrollo Metodológico

Transformación en la Producción Musical:

El análisis de la producción musical moderna muestra una transformación significativa en los métodos y herramientas utilizadas. La comparación entre los procesos creativos de

artistas contemporáneos como Billie Eilish y Charlie Puth y los métodos tradicionales presentados en la película "Sound City" revela un cambio profundo en la forma de crear música.

- Producción Musical Moderna:

Billie Eilish y Charlie Puth, en sus respectivos hits "Bad Guy" y "Attention", demuestran cómo la tecnología ha permitido a los artistas producir música de alta calidad desde la comodidad de sus hogares. Billie Eilish, junto a su hermano Finneas O'Connell, utiliza el software DAW Logic Pro X para manipular sonidos cotidianos y transformarlos en elementos musicales. Esta metodología destaca la espontaneidad y creatividad en la producción, donde incluso sonidos de la calle y voces grabadas se convierten en componentes esenciales de una canción (Rolling Stone, 2019).

Charlie Puth, por su parte, utiliza Pro Tools y el paquete de VST de Native Instruments en su home studio. Su álbum "Voicenotes" fue producido principalmente a partir de notas de voz grabadas en su dispositivo celular. Puth resalta la conveniencia de este método, ya que facilita el proceso de producción sin la necesidad de una planificación armónica estricta, a pesar de su formación musical avanzada (Rolling Stone, 2019).

- Producción Musical Tradicional:

En contraste, la película "Sound City" dirigida por Dave Grohl, documenta un enfoque más tradicional de la producción musical. La película relata cómo la grabación en estudios icónicos, como Sound City, involucraba la colaboración intensiva entre músicos, pasando días en el estudio para encontrar los arreglos adecuados y grabando en bloques con instrumentos reales. La compra de una consola Neve por Dave Grohl simboliza este enfoque nostálgico hacia la grabación analógica, destacando el proceso laborioso y costoso que fue esencial en la creación de álbumes legendarios como "Nevermind" de Nirvana (Grohl, 2013).

La Transformación en la producción y consumo del rock colombiano

El presente documento analiza la transformación en la producción y consumo de música rock hecha en Colombia, con énfasis en el impacto de las plataformas de distribución digital y la contribución de las redes sociales a su difusión a través de entrevistas a tres individuos que representan tres puntos clave en la escena musical: el consumo, la industria y el artista. Se exploran diversos aspectos que han cambiado con la llegada de estas tecnologías como lo son la forma de acceder y conocer música, las experiencias entorno a estas tecnologías y la visión de como es un correcto proceder tanto distributivo como artístico, a continuación describo a los entrevistados y su razón de ser participes en esta investigación:

- Felipe Ramirez(FR): Consumidor común, fanático de la música rock y seguidor de diferentes agrupaciones colombianas. La razón principal para ser incluido en este proceso es brindar la perspectiva de una persona sin ningún tipo de estudio o vocación que pueda alterar la forma de vivir la modernidad musical pero que así mismo se mantenga familiarizado del producto rock nacional que está en rotación.
- Kevin Sanchez(KS): Analista de investigación de mercados. Psicólogo de consumidor que aborda el trabajo de análisis de los mercados desde el punto de vista del consumidor, para potenciar las marcas, productos y servicios.
- Andres Leiva (AL): Músico compositor e instrumentista, integrante de la banda Kraken como guitarrista desde la década de 1990 hasta la actualidad, quien brindará una visión como autor y productor dentro de la música rock colombiana.

Tablas por Categorías:

Inicio del consumo de rock

FR	Desde los doce o trece años
KS	Sí, desde la adolescencia
AL	N/a

Autodefinición

FR	Fanático
KS	Consumidor y Analista
AL	Productor

Mecanismos de referenciación

Formatos anteriores	FR	Digamos que cuando yo empecé a escuchar Rock and Roll fue chistoso porque yo pasé escuchar una emisora que se llamaba Colorín Color Radio cuando estaba muy pequeño, a escuchar Radioactiva, y creo que la Superestación, y un par de estaciones más que no recuerdo,
	KS	Por la televisión, antes estaban estos canales de música, que pues pasaban en esa época, estamos hablando de los principios de los dosmiles.[...]
	AL	Yo compraba un cassette y si alguien quería eso, pues entonces uno le graba el cassette al amigo o lo que fuera y intercambiaba uno[...], Entonces, si uno sabía de alguien que de pronto viajaba al exterior que iba a Estados Unidos o cualquiera de estos sitios que es donde es la cuna pues de estos instrumentos, pues lograban conseguirle a uno de alguna manera algún encargo y llegaba acá y uno ya lo compartía con alguien
Formatos actuales	FR	Spotify. (En su mayoría) tal vez YouTube
	KS	en la actualidad es un segmento un poco más adolescente, un poco más conectado digamos a lo que son plataformas digitales como Tik Tok, Spotify, bueno, y las demás que existen en este momento.
	AL	nosotros somos los que recaudamos por reproducciones en YouTube, por por reproducciones en las diferentes plataformas, Spotify, Deezer, bueno en fin todas las inclusive en reproducciones de plataformas internacionales porque esto no es solamente nacional sino pues en a nivel a nivel mundial

Mecanismos de acceso(adquisición)

Acceso Anteriormente	FR	Y a medida que me fui metiendo un poco más en el en el rock and roll, por conocidos, había un tipo que vendía la música cerca del colegio que que le mostraba a uno como nuevas agrupaciones, que para uno en su momento eran bastante desconocidas y era algo totalmente nuevo. Y luego en el centro, como el rock and roll, el metal no era tan comercial. Tenía que ir uno por lo menos acá en Bogotá, al centro, cerca a algo que se llama Vía Libre, a conseguir música y había ocasiones que no
----------------------	----	---

		le vendían a uno fácilmente música. Tenía uno que prácticamente pasar una previa con los vendedores donde le preguntaban, no sé, álbumes de las bandas, historias de las agrupaciones, que no sé, cuál es el color de los calzones del vocalista de Slider, alguna pendejada así.
	KS	pues, entonces, escuchabas en el mp3 descargabas las canciones, digamos, no tan no tan legalmente. [...] Por ejemplo, lo que te decía en el principio, estaba este programa que se llama Ares, Sí. Entonces tú buscabas la canción y te descargabas en el mp3. Y entonces estaban estos pequeños dispositivos que les decíamos mp3 que eran reproductores. Haz de cuenta un Walkman, pero más chiquitico con su límite de memoria y escuchabas música desde ahí.
	AL	todo era por medio de de los de los formatos como el casete, el DVD, el, perdóname, el casete del del VH, el beta, e inclusive los discos de acetato[...]Entonces, no solamente para escuchar, sino también para estudiar, ¿no? Uno antes cogía la música en esos formatos y todo, pues, a través del oído empezaba uno a estudiar y transcribir a hacer ese ejercicio de digamos de reproducir lo que uno escuchaba, ¿no?[...] Sí, claro, era más costoso, digamos que algunas cosas llegaban acá, como te decía, en en en espacios especializados, ¿no? Digamos, en el centro habían muchas discotiemdas que traían, pues, música importada de diferentes agrupaciones y ese tipo de cosas. De que digamos
Acceso Actual	FR	Pero con la tecnología las cosas fueron cambiando, y ahoritica es muchísimo más fácil acceder a la música, pues en las plataformas. Ya no necesita saber usted tanto de las agrupaciones, de sus de su historia, de su discografía, etcétera. Ahorita es muchísimo más fácil acceder a música de otros países.
	KS	Ahora digamos tú no eres dueño de, digamos, de esa reproducción, pues en realidad uno nunca ha sido dueño pero digamos no tienes el objeto físico como tal sino la suscripción a poder acceder a ese contenido. Entonces ese eso ha cambiado o la forma que he consumido, que consumo yo ahora es atrás de suscripciones, es decir, la suscripción de Spotify, la suscripción de YouTube Music también [...]
	AL	nosotros somos los que recaudamos por reproducciones en YouTube, por

		reproducciones en las diferentes plataformas, Spotify, Deezer, bueno en fin todas las las las inclusive en en reproducciones de plataformas internacionales porque esto no es solamente nacional sino pues en a nivel a nivel mundial[...]Tenemos un público que sabemos que todavía le gusta tener el físico[...]entonces claro ya no es la misma cantidad un poco más reducido pero aún así eso que se vende es directamente para la para la agrupación y obviamente de ahí se sacará pues para todos esos gastos que hubo, pero también hay una ganancia
--	--	---

La población actual del Rock Colombiano

FR	porque en Estados Unidos y otras latitudes, sí, era como como lo que estaba mandando la parada, como lo es ahorita el trap y el reguetón y todas estas cosas. Pero en Latinoamérica tal vez, pienso yo, debido a las dinámicas sociales, culturales y religiosas que marcaron la época, no era tan comercial, tan divulgada. Entonces era bastante difícil conseguir música.[...]
KS	Rock colombiano, yo creo que muy pocas personas, muy pocas, la verdad, es algo porque lo que, desde mi perspectiva, el reguetón y el pop se consumieron el noventa por ciento de los oyentes.
AL	digamos que dentro de los estilos del rock, el rock que nosotros hacemos,[...] se llama el hard rock, ¿sí? Que viene muy como de los estilos del rock de los de los años ochenta,[...] , sin ser sin poderla ubicar digamos en un una música completamente comercial, pero que sí da la posibilidad de que pueda moverse en diferentes públicos y sea, pues, tenga bastante aceptación, ¿no?

El producto rock nacional

FR	A mi criterio hay varios problemas que hay con respecto al rock and roll en Colombia, y es que los fanáticos no son tan fanáticos en Colombia. Me parece que no hay el suficiente apoyo de parte de la comunidad rockera hacia lo que es el talento nacional.
KS	Rock colombiano, yo creo que muy pocas personas, muy pocas, la verdad, es es algo porque lo que, desde mi perspectiva, el reguetón y el pop se consumieron el noventa por ciento de los oyentes.
AL	digamos que los que los que yo he considerado que tienen una riqueza y un valor adicional, porque hay grupos que pueden sonar muy bien, pero digamos que pueden sonar también igual a un grupo en inglés[...], pues si voy si voy a escuchar algo que suena igual a Guns N' Roses, pues prefiero escuchar a Guns N' Roses,[...] Mientras que si llega un grupo que realmente en su música puede plasmar esos elementos como que realmente son muy auténticos, muy de su cultura. Ya ahí ya hay una gran diferencia.[...] Justamente por todas esas posibilidades que tenemos actualmente. Aparecen una cantidad de propuestas del mundo con donde hay hibridaciones de diferentes géneros, donde justamente los artistas, si uno ve, están siempre tomando elementos de su realidad cultural y uniéndola pues con otras músicas más

	universales como el rock, por ejemplo, ¿no? Que ya o con el jazz, como, en fin, tantas cosas que se que se dan ahorita donde se empiezan a unir esos dos elementos.
--	---

Formas de Difusión

Formas Anteriores	FR	Hace poco estaba mirando las redes sociales de un guitarrista y líder de neurosis[...]compartía algo donde vendían una especie como de bonos en su momento, en noventa y seis o algo así, no no no estoy muy seguro. Por un por un valor como de dos mil pesos, para grabar su disco que les costó algo así como cinco o seis millones de pesos en su momento, que si no estoy mal es el Verdun mil novecientos dieciséis
	KS	los álbumes completos, o digamos, cuando estaba MTV, que se dedicaba solamente a videos musicales, que era el videoclip, que esa era como la promoción, entonces ya iban a buscar el álbum completo para comprarlo.[...] No es como la publicidad antes, que entonces tenías que hablar o la distribución anterior entonces que tenías que ir al canal x o a la emisora x para poder distribuir o que conocieran tu música
Formas Actuales	FR	las agrupaciones ya poco sacan discografía, bueno, discografía no, discos como tal, sino es más un rollo en redes sociales y que se me da la impresión, ¿no? En ser más viral[...],y ahoritica, pues, con tantas ayudas tecnológicas, las redes sociales y todo el rollo, inclusive es muy fácil que si usted tiene una cantidad de dinero medianamente decente, pueda adquirir unos equipos medianamente buenos y crear todo un estudio en su casa usted solo, y así mismo distribuir las cosas usted solo desde su casa.
	KS	Digamos, por ejemplo, cuando se hablan de récords, en este momento es récords en YouTube y récords en Spotify. Es decir, cuántos millones de vistas, cuántas millones de reproducciones, cuántas millones y ya estamos hablando de millones de reproducciones. [...]entonces ya las bandas tendrían que estar pegando a través del algoritmo, o sea tienes que satisfacer al algoritmo de Spotify, llámese Spotify, YouTube
	AL	nosotros somos los que recaudamos por reproducciones en YouTube, por reproducciones en las diferentes plataformas, Spotify, Deezer, [...]hablando de artistas mundiales que digamos que están a un nivel muy diferente. Pero digamos que el artista digamos que está en un nivel pues un poco digamos diferente, que tiene cierto público, que tiene nosotros somos los que recaudamos por reproducciones en YouTube, por por reproducciones en las diferentes plataformas, Spotify, Deezer, cierto alcance, o inclusive las artistas que no tienen ningún conocimiento, pero que están empezando su proceso, es la mejor vía actualmente[...]

Categoría emergente: La representación del consumidor

FR	Siempre hace falta la interacción, los conciertos, los toques recitales, como se le quiera llamar
----	---

KS	Antes era un álbum representaba un consumidor, digámoslo de esa manera. Ahora, una reproducción no necesariamente es el mismo un mismo consumidor, puede ser varias cinco reproducciones un consumidor, diez reproducciones un solo consumidor. Y ahora pues si tú ves los tops que te recomiendan dentro de las plataformas, son de millones o miles de millones, han llegado billones de reproducciones. No significa que un billón de personas hayan escuchado, sino que se ha escuchado billones de veces.
AL	(...) ya había aparecido los CDs y esto, pero aún así todavía existía la posibilidad de la gente de ir a la tienda discográfica a comprar su disco, si fuera en formato de CD. Entonces todavía los artistas en ese momento se preocupaban por grabar un disco y pensar una cantidad de copias para venderla pues a la gente[...]Exactamente, compraban el producto, como los derechos de distribución del producto, entonces ellos

Categoría emergente: Plataforma de reproducción preferida

FR	Hoy en día Spotify es determinante, por lo menos, en la cultura rock nacional
KS	En este momento YouTube
AL	N/A

La importancia de las Redes Sociales

FR	Yo creo que lo principal es hacerse notar en las redes sociales. Si bien es importante, muy importante, es prácticamente lo primero, usted crear su música y meterle mucho la ficha a la música, es muy importante hacerse notar y ser persistente.[...], Entonces, difícilmente usted se va a hacer notar como agrupación si pudiendo tener excelentes trabajos y con mucho esfuerzo y todo, tenga usted su trabajo, pero no encuentre la manera correcta de llegar a su público.[...] Entonces, hoy día es determinante tener usted una presencia fuerte en las redes sociales como agrupación.
KS	Y desde un conocimiento de investigación de mercado lo que se trata es de captar la mayor atención en el menor tiempo posible. Por eso hablando por ejemplo de Tik Tok que digamos es la plataforma ahora que está de moda de consumo de música, aunque no lo parece, son estos pequeños cortos de música que se vuelven virales y eso ha modificado digamos toda la industria como tal.
AL	No es viable realmente pensar en otro camino, de tratar de encontrar una disquera o alguien que haga todo ese proceso, porque es más, cuando unos cuando artistas que tenemos que se están dando a conocer llegan a golpear las puertas de una disquera lo primero que le dicen bueno, ¿usted qué tiene? ¿Cuántos seguidores tienen en tal red? ¿Qué cuál muestre cuál ha sido su trabajo? ¿Cuál es su trayectoria? ¿Dónde ha tocado? En fin, ya un artista tiene que llegar con un recorrido para poder que ese recorrido ha sido autogestionado.

Adaptación de la composición y/o distribución musical a las plataformas de streaming

FR	Está el caso, por ejemplo, de una agrupación caleña también que se llama Redsun Cult, que tienen trabajos muy buenos, y uno de los que más me
----	---

	gusta a mí, no recuerdo el nombre exactamente, no lo encuentras en en las plataformas, lo encuentra única y específicamente en YouTube. No lo encuentra usted en Spotify, no lo encuentra en Amazon Music, y en otras plataformas que, pues, es necesario que parezca. Hoy en día Spotify es determinante, por lo menos, en la cultura rock nacional, porque el noventa por ciento de las personas, o tal vez no el noventa por ciento, pero es un porcentaje muy alto de las personas, consumen la música a través de Spotify, y uno tiene conversaciones con personas que son amantes del rock and roll también, y en su mayoría utilizan Spotify y YouTube, pero YouTube ha dejado de perder, ha perdido importancia en en como los fanáticos de la música accedemos a ella.
KS	la industria, o sea, hablando desde desde una perspectiva más empresarial, desde las grandes disqueras como tal, estas están limitando o están enfocando más sus esfuerzos, su dinero, su inversión [...]promover un artista es una inversión de dinero muy grande [...]está limitando a que nuevas bandas, nuevos tipos de música artistas o canciones que se adapten a la fórmula que están buscando las plataformas. Y eso emerjan tanto que emerjan como que sean mejor o mejor escuchadas o tengan la misma oportunidad de ser escuchadas.
AL	Pero sí hay, digamos, como una una corriente muy fuerte actualmente donde se cae en ese facilismo justamente por la por él por la misma facilidad de acceder a todas las cosas, ¿no? O sea, alguien que no tenga grandes conocimientos en música puede perfectamente componer una canción y así se hace famoso, ok

Análisis de Categorías

Inicio del Consumo de Rock

El modo de acceder a la música ha cambiado drásticamente, favoreciendo la oferta sobre la demanda y condicionando el gusto del acceso a las redes sociales. Un entrevistado afirmó: "Pues hoy en día uno casi no busca nuevas agrupaciones, pero dependiendo, no sé, mira uno en las redes sociales artistas por ejemplo lo que es lo que son artistas nacionales uno busca en las redes sociales como los artistas que más sigue uno, mira uno los conciertos en los que han estado y ahí va tomando uno referencia de distintas bandas y así va mirando si le gusta a uno o no las distintas agrupaciones que existen" (Ramírez, 2024).

Mecanismos de Acceso

La percepción de pertenencia de la música se transforma en la posibilidad de acceso a la reproducción, y su cuantificación se convierte en la forma principal de obtener

ganancias. La distribución física, como los CDs o acetatos, pasa a un público selecto guiado a la colección. Al mismo tiempo, la socialización de la música desaparece como una forma de encontrar nuevos referentes y es reemplazada por los medios digitales. En la diferenciación de los tres entrevistados, desaparece la idea de alguien como guía musical, como lo son las discotiempos o los compañeros de estudio, y en los tres casos, en la actualidad solo se hace referencia a las plataformas de streaming.

La Población Actual del Rock Colombiano

Existe una notable diferencia en la percepción del estado del rock colombiano entre productores y consumidores. Los consumidores perciben una disminución de la popularidad del rock, mientras que los productores se muestran conformes con la aceptación de su música. Como señaló un productor: "Sin ser una música completamente comercial, el rock tiene la posibilidad de moverse en diferentes públicos y tiene bastante aceptación" (Leiva, 2024).

El Producto Rock Nacional

En términos generales, se puede inferir que existe producto nacional, pero en palabras de uno de los entrevistados: "si voy a escuchar algo que suena igual a Guns N' Roses, pues prefiero escuchar a Guns N' Roses", lo que identifica la falta de originalidad en el producto rock. A esto cabe añadir que la perspectiva del consumidor se establece en la falta de apoyo; es decir, no hay público para las agrupaciones emergentes de rock. Enlazando ambas ideas, se sugiere la falta de un producto nuevo que no se estanque en el sonido convencional del rock.

Formas de Difusión

El cambio a las plataformas de transmisión digital establece tendencias tanto para los consumidores como para los creativos, pues se denota una centralización en cómo se establecen comercialmente en estas plataformas. La perspectiva del consumidor está

arraigada en la percepción de que un artista debe satisfacer el algoritmo de las mismas, mientras que el productor establece la diferencia de la no tercerización. ¿Es válido hablar de que las plataformas de reproducción son el principal impulsor?

Representación del Consumidor

Con la transformación de la forma de reproducir música también cambia la figura demográfica del espectador. Los tres entrevistados se decantan por diferentes perspectivas: desde el consumidor, se denota la necesidad de retomar los conciertos como muestra de producto principal; para el analista de consumo, las reproducciones se muestran como la figura principal cuantitativa; y, como lo describe el productor, ya no son prioridad la compra de discos y su transmisión verbal en las tiendas especializadas.

La Importancia de las Redes Sociales

Las redes sociales aparecen como el principal referente de publicidad. Los tres entrevistados asumen de inmediato una posición respetable hacia las redes sociales como una forma inamovible de visualización. ¿Un proyecto pierde su validez al estar fuera de las redes sociales? Por la forma en que los entrevistados reaccionan a las redes sociales, vale la pena replantear si son más importantes que las plataformas de reproducción digital en sí mismas o si van entrelazadas.

Adaptación de la Composición y/o Distribución Musical a las Plataformas de Streaming

La distribución y producción se ven entrelazadas en los tres entrevistados. Se evidencia una visión de facilidad gracias a los cambios tecnológicos para ambas categorías. Un determinante es la digitalización, ya que permite la distribución directa en las plataformas de streaming y estas, a su vez, marcan la tendencia para recibir más reproducciones, que ahora son la forma cuantificable de éxito. Esto limita a que nuevas bandas, nuevos tipos de música y artistas emerjan y sean mejor escuchados o tengan la

misma oportunidad de ser escuchados (Sánchez, 2024). La composición y producción en sí misma remueve limitantes como el estudio musical, permitiendo que alguien sin grandes conocimientos en música pueda componer una canción y hacerse famoso (Leiva, 2024).

Conclusiones

La comparación entre los enfoques tradicionales y modernos de producción musical revela una transformación total en la forma compositiva, influenciada por la digitalización y la globalización comunicativa a través de internet. La producción musical ha pasado de ser un proceso de alto costo y logística compleja a uno accesible desde un home studio, utilizando herramientas digitales que permiten una funcionalidad completa de creación y difusión. Este cambio no solo afecta a los productores de música, sino también a los consumidores, democratizando la creación musical y permitiendo que cualquier persona con acceso a un computador y software adecuado pueda producir y difundir música. La influencia de los algoritmos digitales en plataformas de streaming ha reemplazado la causalidad y consecuencia del entorno tradicional del compositor, transformando la experiencia auditiva de los consumidores y la forma en que la música se descubre y se consume.

Los análisis realizados revelan varias tendencias importantes en el consumo de música rock en Colombia. Las redes sociales juegan un papel crucial en descubrir nuevas bandas, y hay una percepción contrastante entre productores y consumidores respecto a la popularidad del rock colombiano y general. Además, la transición a las plataformas de transmisión digital ha establecido nuevas expectativas tanto para consumidores como para creativos. El papel predominante de las redes sociales indica que el acceso a la música se ha vuelto más dinámico y socialmente influenciado, en palabras de Josep Ramoneda "El archivo y la experiencia virtual. ¿Qué será de la cultura en el mundo de las redes sociales? El gran archivo favorece la memoria y el intercambio, pero la infinita información, ¿alienta a la creatividad o estimula el revival? El espacio virtual abre una nueva dimensión a la experiencia: modifica la intensidad del encuentro entre sujetos, fundada en el cuerpo a cuerpo, y de la relación del sujeto con el objeto, que se desvanece en la red. La aceleración

que las tecnologías de la información generan afecta al tiempo de cada cosa: tiempo de pensar, tiempo de crear, tiempo de experimentar. El armazón de la cultura está en plena mutación” (Ramoneda, 2013) y agregando a esta frase determinante, cabe re-valorar cómo se desarrolla el aprendizaje, pues estas palabras de hace más de diez años no estuvieron cerca de predecir cómo las mismas redes sociales logran reemplazar el aprendizaje musical a través de academias y docentes personales, por tutoriales en Instagram, Youtube o TikTok y de la misma manera, la forma de descubrir y compartir la música. La disparidad en la percepción del rock colombiano entre productores y consumidores sugiere una desconexión que podría estar afectando la visibilidad y aceptación del género. La centralización en plataformas digitales destaca una tendencia hacia la comercialización optimizada y la importancia de entender y aprovechar los algoritmos para el éxito musical.

Estos hallazgos implican que las bandas y artistas de rock necesitan adaptarse a las nuevas realidades del mercado digital para mantenerse relevantes. Además, la percepción de los consumidores sobre la disminución de la popularidad del rock podría indicar una necesidad de estrategias más innovadoras para conectar con la audiencia. La capacidad de los productores para adaptarse a las demandas de las plataformas digitales también será crucial para el futuro del rock en Colombia. Una limitación de estos análisis es que se basan en entrevistas cualitativas, lo que puede no representar completamente las tendencias del mercado en general. Futuras investigaciones podrían beneficiarse de incluir datos cuantitativos para validar y complementar estos hallazgos, y también sería útil explorar más a fondo las estrategias que algunas bandas exitosas están utilizando para navegar el entorno digital.

En conclusión, el consumo y la producción de rock en Colombia están significativamente influenciados por las redes sociales y las plataformas digitales. Para prosperar en este nuevo entorno, los artistas y productores deben adaptar sus estrategias y comprender mejor las dinámicas de los medios digitales. Estos cambios presentan tanto desafíos como oportunidades para el género rock, y es esencial abordar las percepciones y

necesidades de los consumidores para revitalizar y mantener su relevancia en la industria musical contemporánea.

Bibliografía

- Real Academia Española. (s.f.). Red. En Diccionario de la lengua española. Recuperado de <https://dle.rae.es/red?m=form#GExglxC>
- Real Academia Española. (s.f.). Algoritmo. En Diccionario de la lengua española. Recuperado de <https://dle.rae.es/algoritmo?m=form>
- Merriam-Webster. (s.f.). Stream. En Merriam-Webster.com. Recuperado de <https://www.merriam-webster.com/dictionary/stream>
- Merriam-Webster. (s.f.). App. En Merriam-Webster.com. Recuperado de <https://www.merriam-webster.com/dictionary/app>
- Google. (s.f.). ¿Cómo funciona YouTube Music? En Ayuda de YouTube Music. Recuperado de <https://support.google.com/youtubemusic/answer/6313529?hl=es-419&sjid=6812451563921897212-NA#>
- Spotify. (s.f.). ¿Qué es Spotify? En Ayuda de Spotify. Recuperado de <https://support.spotify.com/es/article/what-is-spotify/>
- Merriam-Webster. (s.f.). MP3. En Merriam-Webster.com. Recuperado de <https://www.merriam-webster.com/dictionary/MP3>
- Apple Inc. (s.f.). Reproducción y descarga de música y podcasts. En Guía del usuario de iPhone. Recuperado de <https://support.apple.com/es-mx/guide/iphone/iph0cff2d191/ios#:~:text=Con%20la%20app%20M%C3%BAsica%20%2C%20los,a%20Internet%2C%20primero%20debes%20descargarla.>
- Apple Inc. (2022, mayo 2). La música sigue viva. En Sala de prensa de Apple. Recuperado de <https://www.apple.com/co/newsroom/2022/05/the-music-lives-on/#:~:text=El%20iPod%20original%2C%20lanzando%20el,espectacular%20dispositivo%20de%20184%20gramos.>
- Apple Inc. (s.f.). Reproducción y descarga de música y podcasts. En Guía del usuario de iPhone. Recuperado de <https://support.apple.com/es-mx/guide/iphone/iph0cff2d191/ios#:~:text=Con%20la%20app%20M%C3%BAsica%20%2C%20los,a%20Internet%2C%20primero%20debes%20descargarla.>

Merriam-Webster. (s.f.). Playlist. En Merriam-Webster.com. Recuperado de <https://www.merriam-webster.com/dictionary/playlist>

Amazon. (s.f.). Echo Dot (3ra generación) - Altavoz inteligente con Alexa. Recuperado de <https://www.amazon.com.mx/Echo-Dot-3ra-generaci%C3%B3n-inteligente/dp/B07PDHSVQ9#:~:text=Nuestro%20dispositivo%20Echo%20m%C3%A1s%20popular,m%C3%BAsica%2C%20las%20noticias%20o%20informaci%C3%B3n.>

Matera, M. (2023, marzo 15). Spotify Wrapped: así puede conocer cuáles artistas y canciones escuchó más en 2023. Recuperado de <https://www.noticiascaracol.com/actualidad/spotify-wrapped-asi-puede-conocer-cuales-artistas-y-canciones-escucho-mas-en-2023-so35>

Escuela Des Arts. (s.f.). Pro Tools: Funciones y características del software. Recuperado de <https://www.escueladesarts.com/blog/pro-tools-funciones-software/>

Merriam-Webster. (s.f.). WAV. En Merriam-Webster.com. Recuperado de <https://www.merriam-webster.com/dictionary/WAV>

Merriam-Webster. (s.f.). MIDI. En Merriam-Webster.com. Recuperado de <https://www.merriam-webster.com/dictionary/midi>

Merriam-Webster. (s.f.). Sample. En Merriam-Webster.com. Recuperado de <https://www.merriam-webster.com/dictionary/sample>

Real Academia Española. (s.f.). Software. En Diccionario de la lengua española. Recuperado de <https://dle.rae.es/software?m=form>

Lozano, C. T., Canizalez, D. R., & de los ríos Camacho, M. (2019) PROYECTO DE GRADO: LA EVOLUCIÓN DEL STREAMING EN LA INDUSTRIA MUSICAL CASO: UNIVERSIDAD ICESI–PROGRAMA DE MÚSICA.

https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/85400/1/TG02630.pdf

ONErpm. (s.f.). Spotify 101 Guide [PDF]. Recuperado de https://dashboard.onerpm.com/assets/files/ES_Spotify_101_Guide.pdf

- Rodríguez, J. M. L. (2011). Breve historia de la música. Nowtilus.
- Doggett, P. (2018). Historia de la música pop: del gramófono a la beatlemania. Ma Non Troppo.
- Sterne, J. (2012). MP3: El significado de un formato. Duke University Press.
- Bergmann, F. (2004). Napster & the music industry. Barcelona: ESADE. Recuperado de <http://www.fraber.de/gem/Napster%20and%20the%20Music%20Industry>
- Madden, M. (2009). The state of music online: Ten years after Napster (pp. 1-18). Washington, DC: Pew Internet & American Life Project.
- Calvi, J. C. (2011). La industria de la música, las nuevas tecnologías digitales e Internet. Algunas transformaciones y salto en la concentración. Zer. Revista de estudios de comunicación, 11 (21), 121-137, <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/3726>
- PALACIO-PUERTA, MARCELA. (2017). Los artistas colombianos y las plataformas de música digitales: algunas dificultades. Revista de Derecho Privado, (33), 111-133. <https://doi.org/10.18601/01234366.n33.05>
- Katz, M. (2004). Capturing sound: How technology has changed music. Univ of California Press.
- Holsinger, Erik. (October 1987). The Digital Audio Workstation. Macworld. (pgs. 162-163).
- Prochak, M. (2010). Cubase SX: the official guide. SMT.
- Collins, M. (2012). Pro Tools for music production: recording, editing and mixing. Routledge.
- Kefauver, A. P., & Patschke, D. (2007). Fundamentals of digital audio (Vol. 22). AR Editions, Inc.
- Meining Cheung Ruiz, & Pérez Valero, L. (2020). Producción musical, pedagogía e investigación en artes (p. 14). Artes Ediciones Ensayo.
- Martínez Núñez, L. R. (2007). Procesamiento Digital y Control Gestural en Tiempo Real Utilizando una PC con Drivers ASIO para Efectos de Audio (Tesis de Licenciatura). Ingeniería en Electrónica y Computadoras, Departamento de Computación, Electrónica,

Física e Innovación, Escuela de Ingeniería y Ciencias, Universidad de las Américas Puebla,
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lep/martinez_n_lr/

Celnik, J. (2014). *La Causa Nacional: Historias del rock en Colombia*. Aguilar.

Billie Eilish. (2019). *Bad Guy* [Grabación de audio]. En *Álbum When We All Fall Asleep, Where Do We Go?* Los Ángeles, CA: Darkroom/Interscope Records.

Charlie Puth. (2017). *Attention* [Grabación de audio]. En *Álbum Voicenotes*. Los Ángeles, CA: Atlantic Records.

Rolling Stone. (2017, 3 de Octubre). See Charlie Puth Break Down Emotional Hit Song, "Attention"[Archivo de vídeo]. Youtube.

https://www.youtube.com/watch?v=IU8BEMi8UyM&ab_channel=RollingStone

Rolling Stone. (2019, 16 de Diciembre). Billie Eilish and Finneas Break Down Her Hit Song 'Bad Guy' [Archivo de video]. Youtube.

https://www.youtube.com/watch?v=kpx2-EMfdbg&ab_channel=RollingStone

Grohl, D. (Director). (2013). *Sound City* [Película]. Roswell Films.

Nirvana. (1991). *Nevermind* [Álbum]. Geffen Records.

Ramonedá, J. (2013). El archivo y la experiencia virtual. ¿Qué será de la cultura en el mundo de las redes sociales? En *XI tesis sobre la cultura*. La Maleta de Port Bou, (1), septiembre-octubre, 2013.

Anexos

Anexo 1: Entrevista con Felipe Ramírez

Entrevistador: David Sánchez (DS)

Entrevistado: Felipe Ramírez (FR)

DS: ¿Me podrías brindar tu nombre?

FR: Buenos días, mi nombre es Felipe Ramírez.

DS: Felipe, muchas gracias. ¿Darías consentimiento para grabar esta conversación a modo de entrevista para un proyecto investigativo y académico?

FR: Sí.

DS: Muchas gracias. Entonces, empezando las preguntas, Felipe, ¿desde hace cuánto escuchas música rock?

FR: Carajo, como desde los doce o trece años, tal vez.

DS: Desde los doce o trece años, perfecto. ¿Podrías decirme cuáles son tus agrupaciones favoritas y cómo llegaste a conocerlas?

FR: Pucha, pues en este momento de mi trayectoria musical como fanático, la verdad es que es difícil determinar agrupaciones favoritas, porque uno va cambiando bastante de gustos y, pues, digamos que tengo unos géneros predilectos, más agrupaciones favoritas, tal vez Gojira, una que siempre he escuchado que es Slader, Tool, así agrupaciones internacionales y nacionales, hay varias también. Está Ingram, que es de lo primero que escuché, las que casi todo el mundo escucha, que son Neurosis, Masacre. Una agrupación que escuchamos hace poco y me gustó bastante, se llama Las Tres Piedras. Son varias.

DS: Perfecto, entiendo, muchas gracias. Una preguntica, usualmente, ¿cómo escuchas música?

FR: Por Spotify.

DS: Por Spotify, ¿ok? ¿Algún otro método en el que escuches música hoy en día?

FR: En su mayoría es Spotify y en ocasiones que uno no encuentra música en Spotify, tal vez YouTube.

DS: Ok, entiendo. Cuando buscas nuevas canciones, ¿cómo las buscas? ¿En dónde las buscas? ¿Cuál es tu proceso para ello?

FR: Pues, hoy en día uno casi no busca nuevas agrupaciones, pero dependiendo, no sé, mira uno en las redes sociales artistas, por ejemplo, lo que es lo que son artistas nacionales, uno busca en las redes sociales como los artistas que más sigue uno, mira uno los conciertos en los que han estado y ahí va tomando uno referencia de distintas bandas y así va mirando si le gusta a uno o no las distintas agrupaciones que existen.

DS: Ok, entiendo. ¿Cómo te enteras de los nuevos lanzamientos de tus bandas favoritas usualmente? ¿Únicamente por estas plataformas como Instagram y demás?

FR: Sí, usualmente son redes sociales.

DS: Ok, perfecto. En tu opinión, ¿cómo ha cambiado la forma de acceder a la música? ¿Cómo ha sido esa trayectoria desde tus inicios hasta hoy en día?

FR: No, bastante, ha cambiado muchísimo. Digamos que cuando yo empecé a escuchar Rock and Roll fue chistoso porque yo pasé de escuchar una emisora que se llamaba Colorín Color Radio cuando estaba muy pequeño a escuchar Radioactiva, y creo que la Superestación, que también ponían algo de rock and roll y un par de estaciones más que no recuerdo, la verdad, cuáles eran. Y a medida que me fui metiendo un poco más en el rock and roll, por conocidos había un tipo que vendía la música cerca del colegio que le mostraba a uno como nuevas agrupaciones, que para uno en su momento eran bastante desconocidas y era algo totalmente nuevo. Y luego en el centro, como el rock and roll, el metal no era tan comercial. Por lo menos en Latinoamérica, ¿no? porque en Estados Unidos y otras latitudes, sí, era como lo que estaba mandando la parada, como lo es ahorita el trap y el reguetón y todas estas cosas. Pero en Latinoamérica tal vez pienso yo, debido a las dinámicas sociales, culturales y religiosas que marcaron la época, no era tan comercial, tan divulgada. Entonces era bastante difícil conseguir música. Tenía que ir uno por lo menos acá en Bogotá, al centro, cerca a algo que se llama Vía Libre, a conseguir música y había

ocasiones que no le vendían a uno fácilmente música. Tenía uno que prácticamente pasar una previa con los vendedores donde le preguntaban, no sé, álbumes de las bandas, historias de las agrupaciones, que no sé, cuál es el color de los calzones del vocalista de Slayer, alguna pendejada así. Pero con la tecnología las cosas fueron cambiando, y ahorita es muchísimo más fácil acceder a la música, pues en las plataformas. Ya no necesita saber usted tanto de las agrupaciones, de su historia, de su discografía, etcétera. Ahorita es muchísimo más fácil acceder a música de otros países.

DS: Ok, entiendo. ¿Cómo ha sido en tu opinión ese cambio también dentro de la música rock acá en Colombia?

FR: Bueno, a mi criterio hay varios problemas que hay con respecto al rock and roll en Colombia, y es que los fanáticos no son tan fanáticos en Colombia. Me parece que no hay el suficiente apoyo de parte de la comunidad rockera hacia lo que es el talento nacional. Me perdí. ¿Cuál era la pregunta?

DS: No, la pregunta era, ¿cómo ha sido ese cambio en la forma de acceder a la música? Pero con las agrupaciones nacionales que mostraste interés antes.

FR: Pues igual todo está sujeto también a los mismos cambios tecnológicos, porque las agrupaciones ya poco sacan discografía, bueno, discografía no discos como tal, sino es más un rollo en redes sociales y que se me da la impresión, ¿no? En ser más viral, en hacer payasadas, que no necesariamente las payasadas están mal. En hacerse notar por redes sociales que en hacer todo este trabajo con sus discos. Por ejemplo, hace poco estaba mirando las redes sociales de un guitarrista y líder de Neurosis. ¿Cómo se llama este tipo? Bueno, ¿cómo se llama? No recuerdo el nombre en el momento. Y compartía algo donde vendían una especie como de bonos en su momento, en noventa y seis o algo así, no estoy muy seguro. Por un valor como de dos mil pesos, para grabar su disco que les costó algo así como cinco o seis millones de pesos en su momento, que si no estoy mal es el Verdume mil novecientos dieciséis, que es uno de los álbumes más reconocidos de la agrupación y bastante sonado dentro de la cultura rock en Colombia. Bueno, más metal que rock. Y pues él ahí ponía como una leve descripción de que recordaba con cariño y el esfuerzo que se

había hecho en su momento para crear el álbum en ese entonces, y ahorita, pues, con tantas ayudas tecnológicas, las redes sociales y todo el rollo, inclusive es muy fácil que si usted tiene una cantidad de dinero medianamente decente, pueda adquirir unos equipos medianamente buenos y crear todo un estudio en su casa usted solo, y así mismo distribuir las cosas usted solo desde su casa. Siempre hace falta la interacción, los conciertos, los toques recitales, como se le quiera llamar, pero es mucho más fácil acceder a la música, así mismo también es más fácil difundir su música, más fácil difundir su música como agrupación.

DS: Ok, entiendo. Una última pregunta, Felipe, si fueras un integrante o dentro de tu experiencia como consumidor, ¿qué considerarías que funciona mejor para la distribución de un artista acá en Colombia?

FR: Siguiendo con el tema de las redes sociales, yo creo que lo principal es uno hacerse notar en las redes sociales. Si bien es importante, muy importante, es prácticamente lo primero, usted crear su música y meterle mucho la ficha a la música, es muy importante hacerse notar y ser persistente. Hay el caso, por ejemplo, de una agrupación colombiana que se llama Inmemorian, que es muy buena. Ellos, si no estoy mal, son caleños, hace poco sacaron un como un, ¿cómo se llama? recopilatorio de distintas agrupaciones del mismo género, creo que es doom metal o algo así, y pese a que son muy buenos, usted no encuentra la música de ellos en las redes sociales. Bueno, en las redes sociales, no, en las plataformas, perdón. Entonces, difícilmente usted se va a hacer notar como agrupación si pudiendo tener excelentes trabajos y con mucho esfuerzo y todo, tenga usted su trabajo, pero no encuentre la manera correcta de llegar a su público. Entonces, hoy día es determinante tener usted una presencia fuerte en las redes sociales como agrupación. Está el caso, por ejemplo, de una agrupación caleña también que se llama Redson Call, que tienen trabajos muy buenos, y uno de los que más me gusta a mí, no recuerdo el nombre exactamente, no lo encuentras en las plataformas, lo encuentra única y específicamente en YouTube. No lo encuentra usted en Spotify, no lo encuentra en Amazon Music, y en otras plataformas que, pues, es necesario que aparezca. Hoy en día Spotify es

determinante, por lo menos, en la cultura rock nacional, porque un porcentaje muy alto de las personas consumen la música a través de Spotify, y uno tiene conversaciones con personas que son amantes del rock and roll también, y en su mayoría utilizan Spotify y YouTube, pero YouTube ha perdido importancia en cómo los fanáticos de la música accedemos a ella.

DS: Perfecto, Felipe, muchísimas gracias por tu tiempo. Eso sería todo y pues nada, un muy buen día, ¿vale?

FR: Un buen día, gracias.

Anexo 2: Entrevista con Kevin Sánchez

Fecha de la Entrevista: 15 de junio 2024

Entrevistador: Abelardo Jaimes (AJ) y David Sánchez (DS)

Entrevistado: Kevin Sánchez (KS)

AJ: Hola, buenas tardes. Nos encontramos aquí haciendo una grabación para el trabajo de grado de David Steven Sánchez que se denomina...

DS: Análisis del consumo de la música de Rock and Roll Colombia.

AJ: Y entonces lo primero que te queremos preguntar es si nos autorizas el uso académico de la información que vamos a grabar.

KS: Sí, sí autorizo.

AJ: Vale. Entonces, por favor, nos dices tu nombre, edad, nombre y apellidos completos, profesión, una descripción un poco breve de tu perfil.

KS: Bueno, mi nombre es Kevin Sánchez, tengo treinta y dos años. Yo de profesión soy psicólogo y me dedico a la investigación de mercados como psicólogo del consumidor. Llevo trabajando en este campo aproximadamente unos ocho años haciendo diversas investigaciones para diferentes marcas y diferentes industrias que nos contratan dentro de la empresa, dentro de la consultora.

AJ: ¿Consumes música rock?

KS: Sí, desde la adolescencia.

AJ: ¿Nos cuentas un poco cuáles son tus experiencias de consumo de música rock?

KS: Desde la adolescencia básicamente. Al principio, ¿cómo comencé a escuchar música rock? Por la televisión, antes estaban estos canales de música, que pues pasaban en esa época, estamos hablando de los principios de los dos mil. Entonces salían Linkin Park, salían, bueno, salían varias bandas que en ese momento pues estaban de moda, Green Day, estaba también System of a Down, Evanescence, bueno, salían de eso, entonces digamos que ahí fue el primer acercamiento y ya después con la entrada del internet ya llegamos al acceso digamos más global, entonces desde Ares, que se llamaba la plataforma, uno podía descargar música y escucharla y ya después fue la entrada de YouTube con la música y ahí uno tenía más acceso al consumo.

AJ: ¿Y has mezclado las dos, tu profesión con el gusto por el rock? ¿O sea, has hecho estudios de consumo de rock?

KS: Como tal, estudios del consumo de rock no, pero digamos dentro de las industrias, dentro de las empresas, se manejan los mismos tipos de perfiles o los mismos tipos de investigación. Desde la parte psicológica es un estudio más cualitativo, es entender al consumidor no tanto desde una perspectiva de números sino de comportamientos. En la música, o digamos en la industria musical, lo que se pretende es pegarle a ese segmento, digamos en la actualidad es un segmento un poco más adolescente, un poco más conectado a lo que son plataformas digitales como TikTok, Spotify, y las demás que existen en este momento. Desde un conocimiento de investigación de mercado, lo que se trata es de captar la mayor atención en el menor tiempo posible. Por eso, por ejemplo, TikTok, que es la plataforma ahora de moda para el consumo de música, son estos pequeños cortos de música que se vuelven virales y eso ha modificado toda la industria.

AJ: Vale. Entonces, actualmente el consumo de la música está determinado por una plataforma que no está dedicada a la música?

KS: Exactamente. Parece extraño porque uno pensaría en Spotify o en las plataformas de música de Apple, donde la mayoría de gente va a consumir música, o YouTube Music y demás, pero no. Ahorita la industria lo que busca es viralizar esa canción. Entonces salen estos pequeños cortos donde la gente baila o hace un trend y eso ha modificado la industria musical a hacer una fórmula donde los coros o los puentes son los que tienen que pegar más para que la gente escuche la canción o sea, escuche ese pedazo de música, y después vaya a la canción como tal y al artista.

AJ: Digamos que es como un promocional de la canción pero por otro mecanismo.

KS: Podríamos decir que es un promocional de la canción como tal. Entonces, artistas pop lo que buscan es pegar, pero ya no es como antes que era el tema completo, el One Hit Wonder, sino que ahora es el pedacito de canción que se vuelve viral, un pedacito de treinta segundos, y de ahí van a la canción y no necesariamente al álbum. Ahora las medidas no son por cuántos álbumes se vendían, sino por cuántas reproducciones tiene una canción.

AJ: ¿Cuenta cada reproducción que uno hace? O sea, si yo oigo quinientas veces, ¿la canción suma quinientas veces, no importa que sea desde el mismo computador?

KS: Exactamente. Un mismo computador o diferente computador desde el celular. Por ejemplo, cuando se hablan de récords, en este momento son récords en YouTube y récords en Spotify. Es decir, cuántos millones de vistas, cuántas millones de reproducciones. No significa que un millón de personas haya escuchado, sino que se ha escuchado un millón de veces.

AJ: Claro, yo me la puedo pasar todo el día oyendo un tema.

KS: Exacto. Puedes escuchar muchas veces el mismo tema y sigue contando.

AJ: ¿Cómo consumías tu música cuando eras joven y cómo ha cambiado eso ahora?

KS: Ha cambiado bastante. Antes, descargabas las canciones no tan legalmente con programas como Ares, y las escuchabas en pequeños dispositivos mp3. Ahora se ha democratizado el consumo de música a través de suscripciones. Antes comprabas el álbum y eras dueño del álbum, ahora tienes la suscripción para acceder a ese contenido. La forma en que consumo música ahora es a través de suscripciones como Spotify y YouTube Music.

AJ: ¿Pagas la suscripción premium?

KS: Sí, hay varios tipos de suscripciones, pero usualmente es la individual. Puedes escuchar música de forma gratuita, pero te ponen anuncios, lo que rompe un poco la dinámica del disfrute de la música. Por eso pago la suscripción para escuchar música sin interrupciones. También las funciones de los algoritmos te recomiendan música basada en tus hábitos de escucha.

AJ: ¿Qué tanto rock colombiano consumes?

KS: La verdad, más que todo los clásicos como Kraken, Kronos, Aterciopelados. También hay bandas nuevas, pero va más por lo que ya escuchaba desde el principio. Bandas como Petit Fellas, que no es tanto rock sino una mezcla, y la tendencia al Indie, que se zafan de la estructura tradicional del rock clásico.

AJ: ¿Te definirías como un consumidor clásico de rock?

KS: Sí, del rock clásico.

AJ: Pero, ¿cómo es tu consumo actual de ese rock clásico?

KS: Activamente busco las bandas y las plataformas me recomiendan nuevas bandas basadas en mis hábitos de escucha. Eso es cómo uno puede conocer nuevos tipos de bandas o también por recomendaciones.

AJ: ¿Qué sientes que ha sido la transformación más fundamental del consumo?

KS: El cambio más grande es el antes y después de Internet y su democratización. La piratería como fenómeno y las plataformas digitales como Spotify y YouTube Music son puntos clave en esta transformación. Ahora no necesitas comprar el álbum, sino escuchar esa canción específica que te gusta y que te recomienda la plataforma.

AJ: ¿Algo que quieras agregar dentro de este tema que te parezca relevante que no te hayamos preguntado?

KS: La industria musical está enfocando más sus esfuerzos e inversiones en artistas o canciones que se adapten a la fórmula que buscan las plataformas. Esto limita a que nuevas bandas o tipos de música emerjan y tengan la oportunidad de ser escuchadas.

AJ: ¿Qué le propondrías o qué le aconsejarías a un grupo joven o a un músico que quiera entrar en esos canales de distribución?

KS: Desde una perspectiva profesional, les diría que sigan la tendencia: hagan canciones cortas y pegajosas para satisfacer al algoritmo. Como fanático, les diría que tengan en cuenta la tendencia pero también rompan el esquema para atraer a la gente con algo nuevo.

AJ: ¿Cómo sientes que quién está consumiendo rock en Colombia en este momento?

KS: Muy pocas personas consumen rock colombiano. El reguetón y el pop se consumen el noventa por ciento del mercado. El consumo de rock es más por personas que nacieron en los 90, los 80, que mantienen esa esencia de rock y contracultura.

Anexo 3: Entrevista con Andrés Leiva

Fecha de la Entrevista: 20 de junio de 2024

Entrevistador: Abelardo Jaimes (AJ) y David Sánchez (DS)

Entrevistado: Andrés Leiva (AL)

AJ: Siendo las dos de la tarde el día veinte de junio del año veinte veinticuatro, nos encontramos con el maestro AL para efectos de realizar una entrevista del trabajo de grado de Steven Sánchez Holguín sobre el consumo de rock en Colombia en este momento. Entonces, la primera pregunta, maestro, pues si es tan amable, se presenta o sea, como los lo normal de presentarse como usted se presenta normalmente.

AL: Ok. Bueno, gracias, maestro. Mi nombre es Andrés Leyva. Digamos que mi mi me he dedicado ya por varios años al estudio de la guitarra eléctrica. Desde un niño empecé, pues, como mi proceso con la guitarra eléctrica.

Y, pues, a través del tiempo y por, digamos, por por por un gusto propio, pues, digamos que la música en la que, digamos, he estado más vinculado ha sido, pues, el rock, ¿sí? A través de, obviamente, pues, digamos, de las experiencias, del estudio, del instrumento, también de una inquietud, pues, por por entender como diferentes músicas y todo esto, pues he tenido experiencias con diferentes géneros musicales y estilos. Digamos

que siempre con con esa como en esa búsqueda de poder como entender y aprender, pues, como de todas las los las músicas, ¿no? No solamente de un estilo o un género, sino pues aprender de todo. En ese camino, pues, he tocado con diferentes agrupaciones, he tenido experiencias grabando diferentes discos con varias agrupaciones también, de diferentes estilos.

Generalmente, pues, de música de música, digamos, lo podemos llamar la música popular, dentro del jazz, el rock, el pop. Inclusive en algunos espacios, digamos, de de, poco diferentes o ámbitos un poco diferentes, digamos, más del del del medio clásico. Y en ese proceso, ya justamente este año estoy cumpliendo ya veinte años de haber iniciado, pues, un proceso muy interesante con una agrupación colombiana que se llama Kraken, a la cual pertenezco ya desde hace ese tiempo. Inicié a trabajar o a tocar con con esta banda partiendo pues de una de una de una convocatoria que hubo, una audición, de la cual pues se hizo un proceso y yo pues quedé como guitarrista y a partir de ahí pues he tenido mucha experiencia pues en todo este movimiento, pues, de los del del movimiento del rock en Colombia, del rock latinoamericano. He participado en giras, en grabación de discos con esta agrupación.

He sido compositor, pues, también de varias de varias de varias obras, pues, que han ido apareciendo a través de este tiempo. He tenido, digamos, participación en proyectos también como el Kraken filarmónico, He participado, pues, también en en en en giras internacionales, en fin, digamos que eso ha sido como como como el fuerte y y a partir, digamos, pues, como de este de este de esta oportunidad que que he tenido de participar en esta esta agrupación, pues, he, digamos, dedicado todo todo mi mi, pues, mi experiencia, pues, como a a este medio, ¿no? En el rock.

AJ: ¿Usted en en sus principios o cuando era más joven, eso, cómo accedía a la música? ¿Cómo accedía al consumo de la música?

AL: Ya. Sí, pues era un mercado completamente diferente, ¿no? Al actual. Definitivamente, pues digamos que todavía alcancé a vivir como en esa en la etapa en la que la música pues no estaba digitalizada, no se conseguía de la misma forma en la que

actualmente la la podemos la podemos encontrar. Entonces todo era por medio de de de de de los de los formatos como el casete, el DVD, el, perdóname, el casete del del VH, el beta, e inclusive los discos de acetato, que ya, pues, de pronto ya no es ya ya era una etapa anterior, pero sí alcancé a tener mucho mucho contacto con eso, porque además heredé mucha música de mis padres de de en esos formatos, en el acetato, ¿no?

Y digamos que ya a medida que fui creciendo y los los los los los artistas que me interesaba escuchar y todo eso, era era por encargo en muchos casos que se conseguían los los discos o los casetes o, bueno, estos estos estos medios que se escuchaban todavía, que se utilizaban, pues, en esa época. Entonces, no solamente para escuchar, sino también para estudiar, ¿no? Uno antes cogía la música en esos formatos y todo, pues, a través del oído empezaba uno a estudiar y transcribir a hacer ese ejercicio de digamos de de reproducir lo que uno escuchaba, ¿no? Intercambiando también con los mismos amigos material que en esa época

AJ: ¿Cómo eran esos intercambios?

AL: Eran uno a uno,

AJ: LP por LP, casete por casete?

AL: sí, sí, exactamente, de alguna manera iba llegando material a uno, exactamente se intercambiaban discos ya demás en esa época los reproductores eran pues las grabadoras, cierto, que tienen la posibilidad inclusive de uno grabar de cassette a cassette, por ejemplo, era un formato que que se prestaba mucho para para copiar la música. Entonces, si yo tenía un, me llegaba a mi un casete bien fuera original bien fuera copiado pues yo lo podía también copiar en un casete virgen llamamos en esa época, inclusive uno compraba los cassetes en las misceláneas o lo que sea. Yo compraba un cassette y si alguien quería eso, pues entonces uno le graba el cassette al amigo o lo que fuera y intercambiaba uno

AJ: ¿Qué tan fácil era conseguir él la música en ese momento? Bueno, esos son mal.

AL: Pues no era fácil, no era nada fácil porque dependíamos como de algunos sitios especializados que que pues eran muy escasos o también pues por encargo de amigos que

de pronto salían del país y uno sabía entonces venga ayúdenme a conseguir este disco que me interesa o este o este video que, no sé, en esa época habían muy pocos videos instruccionales. El caso mío, pues, digamos, cuando estaba en esa época en la que me gustaba, pues, conseguir material para poder estudiar instrumento, Entonces, habían habían, pues ya, digamos, los grandes guitarristas de ese momento, algunos tenían lo que llamamos como estas estos videos instruccionales, ¿no? Donde aparecían, pues, tocando algunas cosas de técnica, repertorios, en fin. Entonces, si uno sabía de alguien que de pronto viajaba al exterior que iba a Estados Unidos o cualquiera de estos sitios que es donde es la cuna pues de de estos instrumentos, pues lograban conseguirle a uno de alguna manera algún encargo y llegaba acá y uno ya lo lo compartía con alguien, en fin.

AJ: Según eso había como una red muy social de intercambio de música

AL: Claro, claro, claro, claro.

AJ: El que conseguía la compartía

AL: Sí, exactamente. Esa era esa era como esa era como la forma de de de ese momento, digamos, y poder poder

AJ: poder ¿Costosa, era costoso?

AL: Sí, claro, era más costoso, digamos que algunas cosas llegaban acá, como te decía, en en en espacios especializados, ¿no? Digamos, en en el centro habían muchas discotiempos que traían, pues, música importada de diferentes agrupaciones y ese tipo de cosas. De que digamos

AJ: ¿En las discotecas también se podía hacer encargos?

AL: Se podrían hacer encargos. Sí, claro. Pero entonces no era era era eran poquitos sitios, eran unos sitios contados, me acuerdo, hay un sitio muy conocido en esa época que se llamaba

AJ: El tiempo no era tan rápido, como quisiera voy a conseguirlo ya mañana lo tengo.

AL: claro, no, tenía uno que esperar hasta que pasara un tiempo, porque pues eso no era fácil tener acceso a eso y y y era por encargo, pero podría pasar un mes o algo más de tiempo, eran variadas, ¿no? De acuerdo como al a cómo pudieran conseguir las las

personas que que tenían esas tiendas. Yo recuerdo una que ahorita que se llama Mordiscos, entrar, pues, como mucha música de diferentes géneros, de rock, en entrar, pues, como mucha música de diferentes géneros, de rock, de de música clásica, de especializado en en guitarristas o en instrumentistas, videos,

AJ: Tiendas muy especializadas por géneros.

AL: Muy especializadas. Entonces esa era esa era una forma. Otra forma, ya digamos no tanto como esa ese material de estudio, sino ya música en sí, era justamente por ese por esa facilidad que tenían los los dispositivos en esa época las grabadoras y esas cosas Entonces, lo mismo, cuando habían programas especializados, por poner un ejemplo, no sé, la emisora, la HJCK, entonces uno grababa lo que le interesaba desde la desde el programa que pasaban en ese momento, entonces hablaban de un un compositor, un especial de cierta cosa, entonces uno aprovecha, oiga, voy a grabar esto. Y graba esos programas y los iba guardando en los casetes y también de la misma manera los compartía con algunas personas y bueno, en fin, era como la forma de poder acceder a a la música en ese momento.

AJ: ¿Algo más al respecto?

AL: Pues digamos que si si ah no, me decías que cómo era en ese momento, ¿verdad?

AJ: Sí, ahorita la diferencia sí, entonces ahorita es ¿qué sientes que has cambiado, cuáles son las principales diferencias del consumo en este momento, la forma de circular, la música.

AL: Claro. Ah bueno, de pronto, de pronto algo que me hizo falta mencionar un poco de de esto que estábamos hablando ahorita es que ya, digamos, es cuando ya empecé, digamos, a tener como las primeras producciones a participar en producciones, a grabar y a tocar, también, pues, fue como otro momento que ya no era solamente conseguir la música de los de los grupos o de los artistas que me interesaban, sino ya era un papel un poco diferente en cuanto a que es ahora cómo puedo difundir la música, ¿cierto? Y aún en esa época alcancé yo todavía a tener ya había aparecido la parte digital, ya había aparecido los

CDs y esto, pero aún así todavía existía de la gente de ir a la tienda discográfica a comprar su disco, si fuera en formato de CD. Entonces todavía los artistas en ese momento se preocupaban por grabar un disco y prensar una cantidad de copias para venderla pues a la gente

AJ: ¿Con qué periodicidad en el caso de tu grupo sacaban producción?

AL: Eso eso eso variaba un poco, porque digamos que inicialmente uno uno había como, ¿cómo se llama esto? Como una una, pues, un contrato con cierta disquera. En esa época todavía existía pues como el interés de las disqueras por por grupos así no fueran tan tan grandes como artistas fuese tan famosos, pero todavía se movía ese mercado con ciertos artistas que tenían cierto público y todavía les interesaba hacer ese tipo de producciones con los con los artistas. Entonces,

AJ: si era normalmente por contrato.

AL: Exactamente. Entonces, si era con una con yo recuerdo que alcanzamos, por ejemplo, el uno de los discos que en los que yo participé, que fue el el el el Kraken filarmónico.

AJ: ¿De qué año?

AL: Ese eso fue en el dos mil dos mil dos mil cuatro, como en el dos mil seis más o menos salió ese ese ese disco en CD

AJ: ¿Salió en cd o en acetato? **AL:** Salió en CD, salió en formato de CD y eso se presentó con con Universal Music. Entonces, ahí, digamos que la el el el la negociación era un poco como una parte, eran porcentajes, ¿no? Como nosotros nos hicimos, y eso varía mucho dependiendo de, digamos, la negociación que se haga o de qué ofrece el artista y qué ofrece la la la la la la disquera. En ese momento nosotros tuvimos la oportunidad de grabar con la Orquesta Filarmónica. Entonces, la la Orquesta Filarmónica, pues realmente se hizo cargo de toda la grabación de la orquesta, y ya nosotros nos hicimos cargo de la grabación de la parte de la banda como tal y toda la masterización y la mezcla y todo eso y fue una fue una parte de la filarmónica, una parte nuestra

AJ: ¿Y qué niveles de consumo tenían? O sea

AL: Eso eso se movía muy bien en ese momento, se movía muy bien. Hubo muy buenas ventas y eso pues además de eso, al haber al haberse hecho esa firma con Universal Music, ellos, pues, tenían toda la maquinaria para poner el disco en diferentes tiendas musicales de discos, ¿no?

AJ: ¿Qué es lo más lejos que tiene, no sé, en usted, de país o algo hasta donde circuló la música de ustedes?

AL: Dices, ¿te refieres al territorio nacional?

AJ: Territorio, no, o extranjero.

AL: Ah, ok. Pues eso eso inició pues obviamente acá en Colombia ¿no? Se distribuyó en todas las ciudades de Colombia, o sea fue a nivel nacional Y se sacó una edición posteriormente que fue internacional, que también la que también, pero no fue esa al ya ser al ya ser, digamos, una negociación aparte, ya no fue con Universal, sino fue con otro con otras personas que se interesaron en el proyecto que se llamaba KMM Group, que es una

AJ: Ellos eran como que como una distribuidora.

AL: Una distribuidora, exactamente.

AJ: Que compraban a la empresa.

AL: Exactamente, compraban el producto, como los derechos de distribución del producto, entonces ellos

AJ: No la de creación, sino

AL: Exactamente, los de distribución, entonces ellos eran

AJ: O sea que en ese momento había empresas destinadas a distribuir.

AL: Exactamente. A producirse. Esa era otra otra forma de negociar, como como había varias formas de negociar. Uno, por ejemplo, como artista, si era si es un artista que le interesara cierta disquera, por decir algo, ellos tenían, pues, toda la maquinaria para hacer eso, desde gente que hacía la grabación, la producción del disco, la distribución, la producción, en fin, todo eso. Y asimismo, dependiendo el artista, podrían negociar por porcentajes de acuerdo a lo que ellos invirtieran.

En este caso, como el producto ya estaba terminado, cuando entramos a distribuirlo internacionalmente, lo hicimos solamente la negociación, fue la distribución, porque ya el producto estaba como tal, ya tenía la parte

AJ: ¿Y qué nivel de percepción tienes tú? ¿Era bastante lo que vendían, lo que?

AL: Sí, digamos que, ese fue un disco que tuvo muy buena acogida, muy buena acogida justamente por la propuesta en el formato que tenía. Era la primera banda colombiana y latinoamericana que lograba tener ese

AJ: Desde esa experiencia, pues, ya muy significativa que usted tiene con el grupo Kraken, ¿qué le recomendaría a un grupo de cómo lograr circulación y difusión en este momento?

AL: Ya. Sí, definitivamente el el el mercado ha cambiado completamente, ¿no?

AJ: Qué distingue su mercado?

AL: Digamos que el el el una de las características de este momento pues es la forma en que se puede difundir la música ¿no? Definitivamente la posibilidad que se ha abierto actualmente con el uso de las redes o pues obviamente el acceso a la información a través de internet, el mismo hecho de de el acceso que se tiene a la tecnología para poder hacer grabaciones desde cualquier sitio, o sea, definitivamente las posibilidades se han abierto completamente. Ya, digamos, los artistas no dependen de tener un gran estudio donde tengan que ir a grabar, sino si yo soy un artista que estoy comenzando, pues tengo la posibilidad de tener un computador en casa con una tarjeta de sonido, un micrófono y con eso puedo hacer una producción, tengo acceso a a bibliotecas de sonidos, si es que yo soy un artista independiente, no tengo ni siquiera un grupo sino que estoy yo solo y que estoy componiendo mi música, pues tengo la la opción digamos de tener acceso a una biblioteca de sonidos de poner el baterista bajar sonidos de una orquesta de sonido de pianos, en fin, de todos los instrumentos que necesite componer, poner en un software todos los instrumentos, grabar mi voz o si en fin el independiente, o sea tengo todas las herramientas entonces pues obviamente eso hace que todo haya cambiado completamente.

AJ: ¿Y qué efectos tiene?

AL: Exacto, entonces entonces digamos que digamos que una de las de las de las de las de las posibilidades es o las recomendaciones o digamos que hay actualmente hay actualmente, ¿no? Para minimizar costos, minimizar esfuerzos, para poder mostrar un trabajo, para poder diferir

AJ: Pero como como grupo que que es muy conocido, digamos, ¿qué siente? ¿Que eso les ha beneficiado la circulación, la ha aumentado, han salido gananciosos de ese ejercicio?

AL: Yo considero que sí, yo considero que sí completamente, porque porque eso ha hecho que se que se eliminen, digamos, una cantidad de procesos intermediarios que hay para poder, desde el desde el de que es el que sale de la de la producción o la preproducción de un de un de un de una obra, digámoslo, hasta el punto final que es ya que llegue a al al al a quien consume la el el el producto ¿no?

AJ: Y y rentablemente económicamente eso?

AL: También es muy positivo por por esa misma razón, se eliminan todos esos, digamos que como como te contaba antes, por ejemplo, uno tendría que empezar a a abrirse camino y a negociar por porcentajes una cantidad de cosas, en este caso, que es, digamos, un un un una una una realidad y y, digamos, algo que actualmente nosotros como banda hacemos, es que nosotros somos quien invertimos en toda la producción del disco desde la parte obviamente de de composición de las obras de inversión la toda la inversión la hacemos nosotros, inclusive toda la parte publicitaria, video, todo lo hacemos nosotros, y cuando a partir a partir de ahí, ya después que tenemos ese resultado final, pues todas las ganancias van directamente para la agrupación, porque nosotros somos los que recaudamos por reproducciones en YouTube, por por reproducciones en las diferentes plataformas, Spotify, Deezer, bueno en fin todas las las las inclusive en en reproducciones de plataformas internacionales porque esto no es solamente nacional sino pues en a nivel a nivel mundial. Si si decidimos sacar, bueno, digamos que nosotros por nuestro por nuestro mercado, las personas que consumen nuestra música, nosotros generalmente sacamos un un aprendizaje de discos CD, todavía en sí.

AJ: Porque tienen aseguranza. Exactamente.

AL: Tenemos un público que sabemos que todavía le gusta tener la el el la el físico

AJ: Aun hoy

AL: entonces claro ya no es la misma cantidad un poco más reducido pero aún así eso que se vende es directamente para la para la agrupación y obviamente de ahí se sacará pues para todos esos gastos que hubo, pero también hay una ganancia

AJ: . En esa en ese en esa actualidad, haciendo un balance, ¿sientes que ha sido positivo para la para la agrupación?

AL: Sí, completamente, completamente. Porque esos esas eso abre abre como todas esas posibilidades y realmente vuelve uno como pues el propietario ¿no? Como el el es como el como el el dueño real de de de de del producto ¿no? De del de la obra, y de todo, pues, todo ese proceso que se hace en el caso, pues, de nosotros como músicos. Y aparte de eso, está está, digamos, como, mejor dicho, es es la autogestión completamente, es completamente autogestión.

AJ: O sea, que digamos que tú afirmarías en este momento que el hecho de que un producto sea conocido, musical sea conocido, depende de la autogestión del grupo.

AL: Yo considero que en este momento ya es es una realidad, sí, es un es es una es algo que que definitivamente está sucediendo, ¿no? Y es lo pues, digamos que hay claro tú lo ves tú sí completamente todavía existen pues grandes artistas que tienen sus sus sus sus sus disqueras y estas cosas pero digamos que ya estamos hablando pues de artistas mundiales que que que digamos que están a un nivel muy diferente. Pero digamos que el el el artista digamos que está en en en un nivel pues un poco digamos diferente, que tiene cierto público, que tiene cierto alcance, o inclusive las artistas que no tienen ningún conocimiento, pero que están empezando su proceso, es la mejor vía actualmente. No no no no es viable realmente pensar en otro camino, de tratar de encontrar una una una una disquera o alguien que haga todo ese proceso, porque es más, cuando unos cuando artistas que tenemos que se están dando a conocer llegan a golpear las puertas de una

disquera lo primero que le dicen bueno, ¿usted qué tiene? ¿Cuántos seguidores tienen en tal red?

¿Qué cuál muestre cuál ha sido su trabajo? ¿Cuál es su trayectoria? ¿Dónde ha tocado? En fin, ya un artista tiene que llegar con un recorrido para poder que ese recorrido ha sido autogestionado.

AJ: Ya no es que se comprometan con un artista nuevo en su primera vez.

AL: Exactamente.

AJ: Y para ti esa esa, ¿cómo ha influenciado la tecnología en la distribución y en la producción? O sea, pues más o menos ya nos has dicho que ha sido positivo, pero en la misma música, estas nuevos formatos de circulación, ¿cómo han influido en la música, en la la calidad de la música, en la música misma, en la producción de la musica

AL: Pues yo, digamos que hay varias hay varias varias cosas que se podrían decir ahí. Una de ellas fue la que ya mencioné, que es como la la la la la posibilidad de poder acceder a todas esas herramientas, ¿no? Como esa esa facilidad de poder grabar, en fin, todas estas cosas. Exactamente, que tú puedes hacer una producción a muy bajo costo con una un resultado, digamos, No como antes que para uno poder grabar algo, realmente para sonar bien tenía que acudir a un estudio profesional, porque si uno grababa, digamos, de manera muy autodidacta, pues pues no iba a tener un buen resultado, ¿no? Ya ahora eso ha cambiado completamente. Digamos que eso es un un primer un primer elemento que considero que es que ha sido muy positivo, pues, para para para para los músicos, ¿no? Para los artistas. Otra otra cosa que considero que la tecnología ha traído es em como el siento que ha tenido una influencia en la sonoridad de los grupos actuales. Es decir, no sé si uno uno a veces puede, por ejemplo, escuchar música de los años cuarenta y por la tecnología que había en ese momento uno puede fácilmente identificar la época en la que fue grabado porque se siente, se percibe en ese sonido por la tecnología que había, pues, en esa característica. El el digamos que el el las características del fonograma, ¿no? Como que que eran influenciadas solamente por la tecnología que había. Los músicos, muchos de ellos grababan en ese momento a una sola toma, no tenían la posibilidad de editar las

tomas que había, entonces era una sola toma. Todos esos elementos hacían que la música tuviera como una una sonoridad especial, ¿no?

En en en en en esas características sonoras que había en la grabación. Y a través de los años, pues también ha habido épocas en las que también se, pues se puede, digamos, como como identificar ciertas características del sonido de esas épocas.

AJ: Ahora es muy difícil.

AL: Entonces ahora, pues no, también tienen ciertas características justamente por el uso de por el uso de lo digital, entonces todo exactamente entonces digamos que hay una cantidad de cosas que se han estandarizado de cierta manera que hace que muchos grupos tengan un sonido muy parecido, porque justamente es la característica sonora de la época por la tecnología. Entonces, yo pienso que eso también es como algo que que es que se puede que se puede como destacar ahí. Que no está mal, digamos que hace parte, pues, como de ese proceso de la de de de la historia, ¿no? Que inclusive ha sido tan notorio que muchos artistas y pues también digamos como que han vuelto nuevamente a a empezar a retomar elementos de esas grabaciones o de la forma en que se graba antiguamente para poder conservar ciertas cosas de la calidad del sonido y y que

AJ: Pero sientes que eso no ha afectado o afectado la calidad de la música misma

AL: No. Digamos que no siento que eso tenga que ver como con la calidad en sí de la música. Lo que sí siento es que justamente a través del tiempo, por la facilidad con la que, digamos, se se puede acceder a estas cosas, de la misma manera la música, o mucha música no toda, porque pues igual siguen habiendo grandes músicos, grandes instrumentistas, grandes personas que se han dedicado, pues, obviamente, al estudio de la música y grandes producciones de mucha calidad. Pero sí hay, digamos, como una una corriente muy fuerte actualmente donde se cae en ese facilismo justamente por la por el por la misma facilidad de acceder a todas las cosas, ¿no? O sea, alguien que no tenga grandes conocimientos en música puede perfectamente componer una canción y así se hace famoso, ok. Sí, Entonces, entonces en ese sentido sí siento que hay una influencia

AJ: ¿Qué sientes tú que en este momento determina que la gente consuma música aquí en Colombia? ¿Se consume el rock o la música que ustedes como agrupación hacen, que no está caracterizada como el rock puro o sí?

AL: Ese digamos que es, digamos que dentro de los dentro de los estilos del rock, el rock que nosotros hacemos, pues, no es es un rock, digamos que es un rock que digamos como lo que lo que dentro del dentro de dentro de los catálogos y de esas categorías de de rock se se podría poner dentro de un estilo que se llama el hard rock, ¿sí? Que viene muy como de los estilos del del rock de los de los años ochenta, de una de una corriente como, no sé, Bon Jovi, Guns N' Roses, de pronto con algunas cosas de de de otros grupos como Iron Maiden, sí, pero realmente no es metal o no es un rock pesado, sino conserva una voz que tiene una línea melódica muy clara, afinaciones en las guitarras que no son tan pesadas, distorsionadas, en fin, sino pues digamos que tiene esos elementos que

AJ: Que la hacen consumible

AL: Exactamente, sin ser sin poderla ubicar digamos en un una música completamente comercial, pero que sí da la posibilidad de que pueda moverse en diferentes públicos y sea, pues, tenga bastante aceptación, ¿no?

AJ: ¿Usted qué le recomendaría a un artista joven o emergente en el género Rock para que logre distribuir su música y llegue esta música al público que quiere que le llegue. ¿Qué le recomendaría?

AL: Yo creo que es muy importante, es muy importante para un artista emergente poder, digamos, buscar la forma de encontrar cuál sería como su, una propuesta muy propia, una propuesta que, claro, es innegable que todos tenemos ciertas influencias, que tenemos referentes y esas cosas es innegable para todos.

AJ: Poder tener un estilo muy propio

AL: Pero buscar la forma de tratar de de encontrar como un estilo propio, una propuesta, eso creo que es un elemento súper importante para cualquier artista.

AJ: Sea que sea tener un sello, pues que lo

AL: Sí, y digamos que otra otra de las cosas que yo que yo consideraría como como claves es es es que esa propuesta, digamos, esté muy relacionada con su realidad cultural. Ya. ¿Sí? Digamos, muchos, muchos artistas, por ejemplo, en algunos en algunas oportunidades he tenido he tenido, pues sí, la oportunidad de de ser jurado de convocatorias distritales, como por ejemplo Rock al Park, donde se presentan diferentes grupos por convocatoria y obviamente uno tiene que hacer la tarea de escuchar todas las agrupaciones, depurar ahí la información, de clasificar y de ver de quiénes realmente pasan a esa ronda de de, digamos, de audiciones, bueno, en fin. Y en ese en ese

AJ: ¿En esos elementos privilegias tú?

AL: Exactamente, entonces digamos que los que los que yo he considerado que tienen una riqueza y un valor adicional, porque hay grupos que pueden sonar muy bien, pero digamos que pueden sonar también igual a un grupo en inglés que yo digo, bueno, pues, está chévere, muy chévere la propuesta, pero si voy a si voy a escuchar, si me esto me suena, no sé, a Guns N' Roses, por decir, cualquier un grupo así como que tengamos como más que más cercano, sí, exactamente. Entonces, pues si voy si voy a escuchar algo que suena igual a Guns N' Roses, pues prefiero escuchar a Guns N' Roses. Entonces, pues no, como que de ahí ya pierde como validez un poco como de ese tipo de propuestas. Mientras que si llega un grupo que realmente en su música puede plasmar esos elementos como que realmente son muy auténticos, muy de su cultura. Ya ahí ya hay una gran diferencia.

Entonces, yo pienso que ese es una recomendación yo podría hacer a alguien que esté comenzando, ¿no? Como que busque encontrar esa autenticidad en su propuesta.

AJ: Su estilo, como lo llamarías tú, estilo propio, ¿su impronta?

AL: Si un estilo propio, su voz propia

AJ: Bueno, ¿algo más que quiera agregar sobre esto de la distribución, producción del rock actual? Algún problema, que veas algo que quieras aprender sobre eso.

AL: Pues de pronto mencionar que en esa en digamos como en esa misma línea de pensar un poco cuál es el mercado actual, no solamente digamos como en pensando en la

difusión, sino pensando un poco como si que qué música es puede tocar o llegar a más personas, es justamente un poco lo que lo último que estábamos hablando, y es cómo estas propuestas que, digamos, se logran de alguna manera tomar elementos de músicas tradicionales, de elementos muy culturales de su dentro del contexto, logran realmente tener un impacto importante, ¿sí? Como que mucha gente está también, digamos, es un momento en el que ese ese reconocer las músicas tradicionales, las músicas propias y todos esos elementos, es algo que que digamos que está la gente aceptando mucho, ¿sí? Digamos que una agrupación como como nosotros, digamos que tiene una característica y es que llevamos, pues, hasta ahora estamos cumpliendo cuarenta años. Cuarenta.

Cuarenta años

AJ: De los cuales llevas veinte.

AL: De los cuales yo llevo veinte, exactamente. Pero entonces fue es una es una agrupación que desde los años ochenta está funcionando. Entonces, claro, tiene un bagaje que le permite, digamos, mantenerse dentro de un estilo y digamos que, por el contrario, si nosotros nos pusiéramos a explorar con otro tipo de música y esas cosas, posiblemente perderíamos como nuestro anillo. Pero digamos que, en las músicas nuevas, en las propuestas nuevas, sí hay una gran aceptación por esas propuestas que tienen esos elementos,

AJ: pero ustedes por su reconocimiento se tienen que mover un poco en la estructura que ya le reconocen todo.

AL: Exactamente.

AJ: Pero a los nuevos sí les recomienda ese explorar.

AL: Ese sentimental, ese reconocimiento de las músicas tradicionales creo que es algo muy valioso y en ese en ese

AJ: ¿Cómo la llamarías tú? Música de fusión, música de esa puntuación.

AL: Sí, son como como digamos, me gusta la palabra hibridación cierto que son como es como se logran como unir esos elementos de diferentes músicas ¿no? Y buscar como eso, y que pues también es muy característico de la época en la que estamos ¿no?

Justamente por todas esas posibilidades que tenemos actualmente. Aparecen una cantidad de propuestas del mundo con donde se donde hay hibridaciones de diferentes géneros, donde justamente los artistas, si uno ve, están siempre tomando elementos de su realidad cultural y uniéndola pues con otras con otras músicas más universales como el rock, por ejemplo, ¿no? Que ya o con el jazz, como, en fin, tantas cosas que se que se dan ahorita donde se empiezan a unir esos esos dos elementos.

AJ: Vale, muchas gracias maestro, muy amable.

AL: No, a usted muchas gracias.

AJ: ¿Cuántos años tiene perdón?

AL: Cuarenta y seis años. Acabo de cumplir, me ha dicho el sábado pasado los cumplidos. ¿El sábado? Me decían cumplidos.

AJ: Feliz cumpleaños. Muchas gracias por su participación, pues sobra hacerle la pregunta si autoriza el uso de esta grabación, pues con fines académicos, transcribirse.

AL: Claro que sí, más con mucho gusto y para eso estamos.

AJ: Muchas gracias más. De parte de David Steven.