

Productores reflexionan sobre el regreso del “single” en la era de la sobreoferta musical

Eduardo Cabra y Tweety González ofrecieron la conferencia “Producción en Latinoamérica: de Soda Stereo a Calle 13” en la FIMPRO

La aparición de computadoras y plataformas digitales permite que cualquier persona tenga un estudio en casa y pueda producir y difundir su propia música. Pero ello conlleva otra cuestión: la excesiva oferta de propuestas musicales en la red.

Esto, curiosamente, ha provocado el retorno de un modelo parecido al de los años 60, en el que la gente prefiere consumir canciones sueltas (*singles*) y no obras discográficas completas (álbumes).

Esto lo reflexionaron los productores Eduardo Cabra (mejor conocido como “Visitante”) y Tweety González (colaborador cercano a Fito Páez y Gustavo Cerati) en la conferencia “Producción en Latinoamérica: de Soda Stereo a Calle 13”, como parte de las actividades de la Feria Internacional de la Música Profesional (FIMPRO).

“La tecnología y las computadoras hicieron posible que todos produzcan su propia música y la den a conocer. Pero también trajo una saturación de oferta. Esa es la causa de la crisis de la música que hoy vivimos. Es muy sencillo: hay más oferta que demanda, porque la tecnología hizo más bajo el costo de producción y aparece Internet, que ayuda a la difusión. Entonces, la industria musical que venía trabajando igual desde hace 50 años, cambió de golpe”, afirmó González, exproductor de Soda Stereo.

“Para quienes amamos la música es como tener a Disneylandia gratis –abundó–. Nunca he escuchado música tan barato como hoy, y de forma tan rápida y accesible. Pero la competencia ahora es por la cantidad, no por la calidad. Ahora están juntos el amateur con el semiprofesional y el profesional. Antes, la industria estaba dividida. Y ahora todos navegamos en las mismas aguas que es internet”.

Fue así como la radio perdió poder. Ahora los artistas aparecen por *YouTube* o medios alternativos por los cuales algunos artistas y bandas se han masificado.

“Visitante”, conocido por su trabajo en Calle 13, explicó que antes el escenario era la forma de consagrarse, y después de ello venía el disco. Pero ahora es al revés.

“Antes, ir al escenario era el clímax. Era un sueño salir del *garage* y tocar el material en vivo. Aquello era prueba y error, y dependiendo de cómo reaccionaba la gente, ajustabas y después de muchas presentaciones, grababas. Ahora se trabaja al revés. Primero se graba algo, se difunde en redes y sales a defenderlo”, indicó Cabra.

Ante la pregunta del moderador, Miguel Solís, si se vive en un mundo de canciones o un mundo de

álbumes, González consideró que el álbum fue una necesidad de la industria del momento, pues fue creado para compilar varios *singles* y con el tiempo, se volvió un formato cultural y conceptual.

“Ahora volvimos a los 60, con el dominio del *single*. La gran pregunta es: ¿qué busca la gente, a la canción o al intérprete? ¿Qué es lo que te atrae? En el *mainstream* consumen el intérprete, porque hay mucho trabajo de marketing. En ese mercado más pop la imagen está antes que la canción. Tenemos ejemplos como Ariana Grande o Taylor Swift, en el que la imagen es lo que primero entra”, reflexionó González.

Cabra intervino: “El *single* es lo que la gente está consumiendo más. Yo todavía disfruto la actividad de sentarme a escuchar un disco, pero la mayoría de la gente no vive esa experiencia de oír un álbum completo como por ejemplo *Buscando a América*, de Rubén Blades, un disco ecléctico del que me encanta el concepto. Me dijeron que sólo diez por ciento del mercado consume los discos. Casi todo el mundo consume canciones. Vaya que el *shuffle* destruye las creaciones. Yo me rompo la cabeza con el orden de las canciones, ver con cuál abro y poner el *single* en el cuarto, para llegar al éxtasis. Pero al final es *whatever*. Al final la gente hace lo que quiere”.

En el resto de la charla coincidieron en que Latinoamérica ofrece posibilidades casi infinitas de riqueza musical para que los creadores las fusionen con sus obras, y respondieron las preguntas del público respecto a cómo se prepara un potente *set list*, y si es mejor grabar con toda la banda junta o cada músico por separado, lo cual, consideraron, depende del género. “En el rock no hay como que grabe toda la banda junta”, añadió González.

Y también se dieron tiempo para reflexionar sobre el fenómeno del *reggaeton*, género que ha logrado, según el último, permear “como ácido” hasta países del Cono Sur, que son “lo menos *groovy* yailable del mundo, y donde no se bebe tanto como acá (en México y el Caribe)”.

¿Quiénes son los ponentes?

Eduardo Cabra, mejor conocido como “Visitante”, es un músico, compositor, multi-instrumentista puertorriqueño y el productor con más nominaciones y premios en la historia de los Latin Grammy, que alcanzó fama mundial como miembro fundador de Calle 13.

Tweety González es músico, productor e ingeniero argentino que colaboró con Fito Páez y con la banda legendaria Soda Stereo. Entre los discos que produjo están *Giros*, *Ciudad de pobres corazones*, *El amor después del amor* (el disco más vendido en la historia de Argentina) y *Circo beat*.

A T E N T A M E N T E

"Piensa y Trabaja"

Guadalajara, Jal., 26 de mayo 2017

Texto: Julio Ríos

Fotografía: Gustavo Alfonzo

Etiquetas:

[Fimpro](#) ^[1]

URL Fuente:

<https://comsoc.udg.mx/noticia/productores-reflexionan-sobre-el-regreso-del-single-en-la-era-de-la-sobreoferta-musical>

Links

[1] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/fimpro>