



**Universidad del  
Rosario**

**Backstage**

**Detrás de la industria musical**

**Anexo**

Autor

**Edgar Sebastián López Ramírez**

Director

**Oscar Javier Parra Castellanos**

**Escuela de Ciencias Humanas**

**Periodismo y Opinión Pública**

**Universidad del Rosario**

**Bogotá - Colombia**

**2019**

# Anexo

## 1. Título

*Backstage: detrás de la industria musical.*

## 2. Objetivo

Conocer la trascendencia de los profesionales adyacentes a los proyectos artísticos en la industria musical de Bogotá para el 2019.

## 3. Justificación

Los artistas musicales se enfrentan a un reto diariamente: monetizar su proyecto. La música dejó de ser una expresión cultural y ahora está inscrita en el mercado, por lo que hay que pensar estrategias comerciales y medirse codo a codo en una industria para salir a flote. En algunos casos las barreras son muy fuertes y los proyectos se estancan, pero en otros encuentran los caminos para subsistir.

Por ejemplo, 30 Seconds to Mars, una agrupación estadounidense de rock, fue demandada por su sello discográfico EMI en 2009. Firmaron un contrato que los obligaba a dejar todo los álbumes que hicieran a nombre de la empresa y no de ellos. Así mismo, sucedió con las regalías, por lo cual decidieron romper el acuerdo. Esto iba en contra de las dinámicas legales y la solución de la banda fue crear su propio estudio y desde ahí producir su música, mientras mantenían una pelea legal por 30 millones de dólares con EMI.

También está el caso de Jiggy Drama, un reggaetonero colombiano que fue demandado por el sello El Ritmo Records en el 2013. El artista sanandresano abandonó un contrato en donde aceptó que el sello tendría todos los derechos sobre la producción de su música y los shows en vivo. La pelea legal que emprendió con el sello discográfico, hizo que no pudiera presentarse más durante cuatro años y tampoco pudiera publicar música por cinco.

Son solo dos casos de varios, por lo que es relevante hacer una revisión de la industria a partir de sus nuevos actores como el manager, quién pudo haber evitado los problemas de Jiggy y de 30 Seconds to Mars.

Ahora, si bien en los ejemplos previos existió una ausencia de la figura comercial, cuando los problemas en las tarimas por sonido aparecen es porque hay una ausencia de un buen ingeniero de sonido. Podemos decir lo mismo de la figura del fotógrafo en casos como la falta de registro audiovisual para la creación del portafolio musical. De hecho, la inexistencia del artista visual haría que la banda no tuviese carátulas de álbumes competentes para una comunicación efectiva con sus fans.

Para el 2010 un estudio de la Cámara de Comercio de Bogotá encargado a la Universidad de los Andes arrojó un dato interesante. La industria musical se encontraba en campos traumáticos por falta de inversión y existía una ausencia de atención política a toda la cadena

de producción debido a la priorización del escritor musical. En ese momento, no se contemplaban todas esas labores que hay detrás de un proyecto, solo se daba atención al músico.

De allí que sea necesario acercarse a estos actores de esa cadena de producción para ver cómo está su situación laboral y profesional, además de su incidencia en la capacidad de monetizar el proyecto. Es más, entre el 2010 y el 2014 hubo un crecimiento de la industria musical a nivel nacional, sobre todo en cuanto a ingresos recaudados por conciertos y producción fonográfica. Este cambio puede darse porque ahora existe una escena musical nacional con una mayor profesionalización y un crecimiento de esos nuevos actores.

Así mismo, no se puede olvidar el crecimiento a nivel mundial de sellos independientes. Los ingresos de sellos discográficos a nivel mundial han aumentado del 2015 al 2016 en un 6.9% en cuanto a ventas físicas, y un 80,4% en servicios de streaming, según la Worldwide Independent Network. Una industria fuerte se está conformando y es una tarea revisar ese fenómeno desde los medios para generar una visibilidad y que se haga una inversión mayor, y también focalizada.

Finalmente, no está de más decir que este trabajo permitirá rescatar historias de vida de diferentes roles en la industria musical que han sido obviadas mediáticamente. Pocas veces se hace un artículo del fotógrafo que corre detrás de la banda o del manager que se rebusca los contratos para mantenerla a flote. Igualmente pasa con el ingeniero de sonido, que pasa noches enteras buscando configuraciones perfectas en equipos de grabación, o con el artista visual, que recopila todas las ideas de la banda y las vuelve carátulas, pines, logos e imágenes.

Son personas que siempre actúan tras el telón, pero que aportan gasolina al proyecto; son profesiones que están en el *backstage*.

#### **4. Métodos de la investigación**

Backstage es una investigación periodística que derivará en un especial multimedia sobre las profesiones no vistas en la industria musical. Para realizarlo se hará un trabajo no experimental, ya que solo se observará a los personajes y se contará sus peculiaridades. Además, es un trabajo transeccional, ya que analizará los datos de empleabilidad, procesos creativos, funciones, entre otros, en el periodo de 2019 sin comparación histórica alguna.

Al ser una población bastante amplia y diversa, se utilizará un muestreo no probabilístico por juicio. Esta decisión está fundamentada en cuatro personajes que no solamente cumplen su función en la industria, sino que trascienden y son imprescindibles en los proyectos musicales. Así, se tomarán cuatro perfiles que corresponderán a un fotógrafo, un ingeniero de sonido o productor, un manager y un artista visual.

Para acercarnos a los personajes y cumplir con los objetivos se utilizarán dos técnicas cualitativas.

La primera es entrevista a profundidad: un acercamiento profundo al objeto de estudio. Esto se buscará a partir de diversos momentos de acompañamiento (al menos tres puntuales) a los personajes que harán parte de la muestra. Con esto se buscará cumplir con el objetivo específico de relacionar las funciones de los profesionales escogidos con los proyectos musicales.

La segunda es la observación no participante. Es decir, a través de al menos tres momentos como el desarrollo en casa de su trabajo, el desarrollo en escenarios y salidas con los artistas por personaje, ganar la confianza y aceptación de los estudiados para entender su función sin condicionamiento alguno. Esto permitirá identificar la influencia de los procesos creativos de los profesionales escogidos dentro del ámbito propuesto.

# Formato de Presentación

## 1. Objetivo

Conocer la trascendencia de los profesionales adyacentes a los proyectos artísticos en la industria musical de Bogotá para el 2019.

## 2. Sinopsis

Backstage es una mirada a cuatro profesiones que están detrás del artista o de la banda. Un acercamiento al management, a la fotografía, a la producción sonora y a la producción visual que acompañan al proyecto.

## 3. Diseño

Cinco sitios que cuentan con un reportaje escrito cada uno y un home con una introducción.

## 4. Distribución de información

En el primer sitio, en el *home*, está la introducción a los cinco reportajes. En el segundo está el reportaje de *industria musical* en el país acompañado de infografías y fotos. En el tercero está el reportaje de *producción* que trae un video y varias fotos. Con las mismas herramientas, está el cuarto (*visuales*), quinto (*fotografía*) y sexto (*management*) sitio.

En los reportajes el tema se aborda desde cuatro ejes. El primero es una introducción al tema, mientras que el segundo es una explicación de la labor con varios apuntes de cómo se puede ejercer en voz del personaje principal. La tercera parte es una exploración del personaje con el proyecto que más ha tenido profundidad y las diferencias con otros proyectos; y la última es una observación a las perspectivas y dificultades que se presentan.

## 5. Menús

**Computador:** Hay tres menús en el *home* y dos en las demás páginas.

**Móvil:** Hay dos menús en cada página.

## 6. Vínculos

Tiene varios links que se redirigen usualmente a medios como VICE, Noissey, Dinero, Radiónica. Así mismo a instituciones no gubernamentales como la Cámara de Comercio de Bogotá o el Bogotá Music Market.

## 7. Motor de búsqueda

**Home:**

```
<meta name="description" content="Home de reportajes sobre historias detrás de la Industria Musical" />
```

<meta name="keywords" content="fotografía, producción, visuales, industria, management, stiven sierra, rabbeat, tatiana solano, ana maria gomez, julian gaviria, mario galeano, reportaje" />

<meta name="author" content="Sebastián López" />

### **Industria:**

<meta name="description" content="Reportaje sobre la Industria Musical en Bogotá" />

<meta name="keywords" content="cifras, ganancias, conciertos, streaming, dinero, tarimas, labores, impuestos, regalías, música, reggaeton, rock, rap, pop" />

<meta name="author" content="Sebastián López" />

### **Producción:**

<meta name="description" content="Reportaje sobre la producción musical en Bogotá" />

<meta name="keywords" content="mario galeano, producción, música, reportaje, tropicalismo canibal, cumbia, ondatrópica, los pirañas, meridian brothers" />

<meta name="author" content="Sebastián López" />

### **Fotografía:**

<meta name="description" content="Reportaje sobre fotografía de música en Medellín y Bogotá" />

<meta name="keywords" content="julian gaviria, fotografía, música, alcolirykoz, cámaras, foso, bogota, medellin, juan paez" />

<meta name="author" content="Sebastián López" />

### **Visuales:**

<meta name="description" content="Reportaje sobre vj's en Bogotá" />

<meta name="keywords" content="rabbeat, visuales, tatiana solano, ana maria gomez, máquinas, electrónica, rap, xarxuplex, la movida" />

<meta name="author" content="Sebastián López" />

### **Management:**

<meta name="description" content="Reportaje sobre Management en Bogotá" />

```
<meta name="keywords" content="stiven sierra, management, booking, finanzas, bandas, rock, lospetitfellas, haslopablito, musica" />
```

```
<meta name="author" content="Sebastián López" /
```

## **8. Conexión con la audiencia y redes sociales**

No va a tener redes sociales el proyecto, pero se difundirá a través de la red del medio en donde se publique. A partir de los videos se generará la expectativa y con las fotos más ciertos captions se hará el lanzamiento.

## **9. Accesos directos**

<http://conlupa.co/backstage/index.html>