

## Warner Music México (compañía multinacional)

### 1) ¿Cuál es tu nombre?

Jose Luis Cornejo

### 2) ¿Cuál es el nombre de la compañía disquera en que trabajas, y cuál es tu puesto?

Soy el director de marketing local de Warner Music México.

### 3) ¿Cuáles son los factores requeridos para lograr una buena comercialización de la música popular aquí en México?

Popular? Popular, a qué te refieres?

#### **Como Rock, Pop..**

Cualquier tipo de música que sea masiva. Hijo son muchos factores.

#### **Bueno los básicos, más importantes?**

Bueno primero tener un artista talentoso, tener canciones buenas que se puedan enganchar con la gente y tercero mucha promoción. Mucha mucha promoción por parte del artista, por parte de la compañía. Es un trabajo muy complicado muy arduo, sobre todo cuando se trata de artistas nuevos, pero yo creo que cuando tienes un artista talentoso, empieza todo muy bien, si tiene buenas canciones todo va mejor porque este negocio es un negocio de canciones al final de cuentas y después, tener una promoción muy fuerte con el artista, yo creo que así básicamente serían esos tres puntos que podíamos después desglosar en mil cada uno y un poquito de suerte no, un poquito de suerte también.

### 4) ¿Cuál es la diferencia entre una estrategia de marketing dirigida hacia un solista, o hacia un grupo de rock?

Pues mira, las cuestiones básicas de la promoción son las mismas, ya sea para un solista o para un grupo, porque también es un, México es un país donde no hay muchas ventanas de promoción. Hay unos programas de televisión muy específicos y escasos y cada día la música funciona menos en televisión como lo conocemos, los programas musicales, cada día son menos exitosos, entonces hay muy pocas ventanas de promoción también hay muy pocos espacios donde la gente pueda leer sobre música correctamente no? porque generalmente los espacios grandes en los periódicos por ejemplo hablan de los artistas pero no necesariamente hablan de la música, generalmente hablan de chismes o de cosas que les están pasando a los artistas en ese momento, entonces lugares especializados para promover la música hay muy pocos. Entonces el trabajo de origen con un grupo, con un solista es el mismo, tal vez la diferencia estriba un poco en la cantidad de cosas que un momento puedes hacer, que no es lo mismo trabajar con cinco, que cada quien piensa diferente, que cada quien tiene una forma de ser distinta, y que cuesta 5 veces más el cargo de mover a cinco que de mover a uno, y la versatilidad que puede tener un solista a veces nos ayuda mucho no? porque, a veces puede tocar con su guitarra, a veces puede tocar solo, a veces puede tocar con sus músicos, a veces no necesita hacer nada, puede cantar a capella y con un grupo siempre tratas de cuidar eso, es una imagen no? No es lo mismo mantener la imagen de una sola persona, que tener la imagen de un grupo que tiene que tener aparte de que cada quien tenga su imagen individual, pues las cuatro o cinco o seis personas que, o más no? Que puedan formar el grupo, tienen que mantener así mismo una imagen global de la agrupación eso es muy difícil, pero básicamente es el mismo trabajo, osea varían los costos, y te digo la versatilidad de cosas que pueden hacer

dependiendo del número de gente, aquí tenemos muchos solistas, también tenemos grupos de tres o de cuatro como Maná, o como La Ley, pero también tenemos grupos de 15 o 16 como las bandas no? Como la banda Machos, o como ese tipo de agrupaciones que también el trabajar con ellos de repente te resulta complicado no?, entonces digo es tan limitado lo de los canales de difusión de música que básicamente es el mismo trabajo, la misma estrategia, bueno no la misma estrategia pero si las mismas actividades promocionales.

### **¿Cuáles son los canales que más utilizan para promocionar la música?**

La herramienta principal de la industria afortunada o desafortunadamente sigue siendo la radio, seguimos vendiendo la música a través de dos bocinitas que están en millones de casas, millones de coches, después de ahí si entra un poco jugar el tipo de artista que estés manejando, hay unos que vendemos muy bien a través de la prensa, cierta prensa especializada que puede existir como el rock que nos ayuda mucho a darle su carácter y credibilidad a las bandas y otros son productos netamente de televisión, tenemos artistas que creo que hoy, todavía sin televisión no pueden vivir como los artistas que tenemos firmados que han sido extraídos de reality shows musicales no, que nacen en la tele y tiene que estar forzosamente en la tele, entonces yo creo que es la radio como principal fuente de promoción y después dependiendo del artista puede ser la tele, o la prensa, en algunos ambas no? Pero generalmente te cargas hacia una o hacia otra dependiendo también del tipo de artistas no? Hay artistas que por su corte, a lo mejor hay ciertos programas de televisión a los que no pueden asistir, pero a la prensa puedes llegarle por todos lados, ahí ya viene la selección no? Y otros medios alternativos, ahora como la Internet, como los mismos ring tones, o los master tones en los teléfonos, ahí hay muchísimas cosas en las que podemos estar jugando, pero la base sigue siendo la misma, digo yo principalmente.

### **5) ¿Cómo se lleva a cabo el plan promocional y plan de medios de un artista?**

Pues mira, la industria ha cambiado muchísimo, antes había un esquema como muy claro de trabajo en el que todo empezaba para la gente de marketing con el lanzamiento del sencillo del artista, y se esperaba que el sencillo estuviera lo suficientemente bien tocado para empezar a trabajar con el artista, hacer una presentación a los medios, en los que generalmente el artista tocaba en vivo, se invitaba a los medios importantes, radio, prensa y televisión, y se empezaba de esa forma a buscar notas, a buscar que la gente conociera al artista, a buscar los programas destacados de televisión, pero las cosas están tan difíciles ahora, la piratería esta tan fuerte, eh la gente de alguna manera a dejado de comprar discos originales y a preferenciado comprar discos piratas cometiendo un delito por cierto, he.. que ahora empezamos a hacer mucha pre-promoción, empezamos a trabajar con el artista mucho tiempo antes de que empiece incluso a sonar el sencillo, empezamos a trabajar con el artista en marketing desde que entra al estudio, desde que firmamos al artista, desde que entra al estudio estamos continuamente trabajando con los medios para que lo conozcan, para que se crea una expectativa del producto, conozcan el producto, incluso estamos haciendo televisiones anticipadas antes a veces de que incluso salga el sencillo a la radio, y tratamos de que el punto culminante ahora en lugar de que fuera la fecha de lanzamiento del disco cuando el disco estuviera realmente caliente, sea ese periodo que hay entre el lanzamiento del sencillo y el lanzamiento del disco, entonces tenemos que empezar a trabajar mucho antes no? Y dependiendo también mucho del artista, son los medios con los que empiezas a trabajar, y también hay una cosa que es muy importante digo en todo tipo de venta que es involucrar a la compañía que va a vender el producto con el producto, osea empezamos a hacer también mucho marketing interno de los artistas

con la gente que sale a la calle, con los vendedores, con los promotores, incluso con la gente que está en las labores más administrativas de la compañía, porque de ahí empieza a ser una efervescencia por un artista importante, para vender afuera, para vender en la calle, como decimos aquí, primero hay que vender adentro no? Que la gente sepa lo que va a vender, porque ahorita ya hay tanta competencia y tanto producto también en la calle y tantos lanzamientos y tantos grupos que se parecen entre sí, he.. lograr que la gente se enfoque hacia tu disco, hacia tu arte a veces es muy difícil no? Ahora más que nada, la pre-promoción como llamamos es un arma muy muy importante.

**6) Considera la empresa importante como parte de su estrategia, implementar marketing de relaciones con el consumidor?**

A qué te refieres con marketing de relaciones, que el artista este en contacto directo con...

**Con el público.**

Sí es difícil, pero se puede lograr, nosotros hemos (tratando de ir directamente al público no) he también desafortunadamente la industria ha cambiado en ese aspecto, antes era muy fácil, si a lo que nos referimos es poner al artista en contacto directo con el público, antes era muy fácil organizar una firma de autógrafos y se llenaba de gente, o antes era muy fácil poner a tocar a tu artista en el estacionamiento de un centro comercial y se llenaba, la gente lo veía no, y la gente estando ahí, compraba los discos. Ahora no, ahora ha dejado de ser, para la gente ha dejado de ser atractivo el ir nada más a ver a un artista que te firme un disco, actualmente vas a una de firma de discos exitosa o poner al artista a ese nivel de comunicación o de contacto con la gente, se nos complica mucho no. Ahora hemos como reforzado un poco la idea antigua de los festivales de radio en que el artista interactúa con la gente, y hemos buscado otras formas de acercar al artista a la gente aunque no sea físicamente. La mayoría de los casos se refiere a promociones, a co-patrocinios que tenemos con ciertas marcas, en la que a través de sus productos damos a conocer a nuestros artistas, ponemos nuestros artistas más cerca de la gente, tan cerca como dentro de un paquete de pan, tan cerca como en una caja de cereal, o en un paquete de galletas, o en una bolsa de papas fritas, o en un cuaderno porque ya realmente para la gente a veces a dejado de ser, a menos que se trate de un artista con un gran arraigo popular, o un artista que sólo puedes ver una vez o dos veces al año, el ponerlo en contacto directo ah costado, cuesta ya mucho trabajo. Tratamos de llegarles por otros lados no, que la gente, el niño, pueda abrir sus papas fritas y encontrar una foto del artista con su biografía, incluso con un disco no, o un paquete de cereal en el que se pueda saber quién es x artista, cuál es su carrera y escuchar su música, sin tener que estar directamente ahí. También la Internet nos ha ayudado mucho para eso no, ahí dentro de la casa pues tienes una ventana al mundo muy grande, entonces atacar esos medios también a servido para acercar el público a nuestro artista más que hacerlo en forma física.

**7) Aproximadamente, cuál es el precio mínimo de un cd manufacturado por esta empresa, y cuál es el precio máximo? Osea a la venta al público, en las tiendas.**

En tiendas, precio al público, en tiendas. Pues hay discos de nosotros muy baratos, discos de catálogo, y algunos compilados, que los puedes encontrar desde 60 pesos en las tiendas hasta discos de 180, 200 pesos hablando de un disco sencillo no, ya si hablas de un pack de discos, pues puede costar, ya dependiendo de el número de discos 300, 600 pesos, hay cajas de discos muy caras no, pero pues la industria se ha ido comprimiendo también, cada día tratamos de hacer también cosas menos caras, o..

mantener el precio también de nuestro artista, pero si hay sets muy caros, hay sets que traen 200 discos de la colección de Bach de las cantatas de Bach, pues cuesta, en una tienda puede costar no sé diez mil pesos no, es una cosa de colección, para gente de un target muy específico, pero el promedio nuestros discos así, de nuestras novedades y artistas de catálogo o importantes pues está entre los 120 y los 180 pesos precio al público en tiendas.

**8) ¿Porqué hay diferencia en el precio de venta de un disco entre un artista y otro?**

Pues básicamente tiene que ver por dos cuestiones, una, si es un artista consolidado, o es un artista nuevo, los artistas consolidados generalmente tienen un precio más caro, y la otra es el tipo de música al que le estás vendiendo, a qué público le habla ese artista. Si es un artista que le habla a un público que tiene mayor poder adquisitivo, pues el disco es más caro, si el público al que le habla ese artista es un público digamos que tiene menos posibilidades económicas, el precio es un poco reducido no, esa son básicamente las dos consideraciones que hacemos, salvo casos excepcionales que hacemos campañas con discos de catálogo de artistas importantes, ponemos todo su catálogo en un descuento, o por ciertas temporadas en que sí lo bajamos en forma considerable, pero realmente esas son las dos consideraciones importantes no, y siempre tomamos mucho en cuenta, a qué público va dirigido el artista para poderle poner un precio y no hacerlo inaccesible a la gente que más lo quiere comprar no.

**9) ¿Qué porcentaje le corresponde a la tienda, al intermediario, la compañía y al artista?**

Igual ahí varía mucho, hay clientes especializados en venta de discos, que por supuesto tienen un margen mayor, que puede estar alrededor del 45, 40%, y hay otro tipo de canales de ventas de discos cuyo objeto principal no es vender discos, como los supermercados, tiendas de ropa, que usan el disco como una forma para tener más circulación de gente es sus tiendas, lo dan mucho más barato, a lo mejor ahí el margen es un poco más pequeño, puede ser un 20, un 22%, un 25, mas o menos por ahí anda, un 25% es el cliente que menos margen tiene a la hora de vender, incluso hasta un 35, en algunos casos incluso hasta 40 dependiendo del producto, que lo pone un cliente dedicado totalmente a la venta de discos.

**Y ustedes como empresa le venden directamente a, supongamos a MixUp, a las tiendas?**

Nosotros le vendemos directamente al distribuidor, o sea nosotros le vendemos directo a MixUp, le vendemos directo a Walmart, le vendemos directo a Liverpool, le vendemos directo a Gigante, a Comercial Mexicana, incluyendo a los mayoristas de discos, incluso hay clientes que se dedican a vender discos de mayoreo, que ellos a su vez tienen clientes mas pequeños a su vez farmacias, pequeñas tiendas de discos, o que tiene pequeñas tiendas como misceláneas, en el interior de la república, entonces a ellos también les vendemos directo. No vamos a través de ningún intermediario, nuestra relación es directa con el cliente.

**10) Ve usted la posibilidad de que la compañía disquera considere la venta de música digital como otra alternativa de venta?**

Efectivamente eso es lo que estamos trabajando a partir de ya, por lo menos en la compañía que yo trabajo que es Warner, ya no vende discos. O sea la filosofía de Warner no es más vender discos, la venta de discos está sufriendo una crisis, entonces nosotros vendemos música, vendemos música a través de discos, pero también

vendemos música a través de Internet, también vendemos música a través de los teléfonos celulares, entonces ahora viene una tendencia muy fuerte del Oriente de Asia, que es incluso no sólo al nivel de ventas, si no también al nivel de promoción, es la cuestión de los famosos ring tones, o y ahora los master tones que es la canción original, el ring tone son los acordes de la canción, la melodía de la canción, ahora allá en Asia se está promoviendo mucho la música a través de los teléfonos celulares, y la venta de, por Internet, es super importante también ahora para nosotros. Todo lo que baja la gente por el mp3, de manera legal, representa un ingreso muy fuerte para nosotros.

**Y de los ingresos de la venta a través de Internet, reciben los artistas regalías?**

Si, nosotros cada track que se vende, cada corte de canción que se vende por cualquier forma que sea esta vendida, el artista si recibe su regalía de acuerdo a su contrato por ese tema, que ese ha sido el gran problema de Internet no, que como no había una regulación real y hay muchas cosas de por medio, el pago de esas regalías había quedado como volando no. Sin ninguna regulación, ahora ya existen cierto tipo de regulaciones, ciertos acuerdos con los artistas y Warner cada track que vende por cualquier medio, de ahí destina su regalía a su artista y a su productor.

**Y en que medidas beneficia a la industria?**

Mira, siempre y cuando sea legal, es una venta más para nosotros. El problema de esto fue al principio los sitios donde tu podías entrar y adquirir canciones de forma gratuita, sin pagar absolutamente nada, que era más bien un intercambio de canciones, no es que tu te metieras a comprar nada, si no era un intercambio entre los usuarios entonces era una cosa un poco difícil de regular, y por supuesto en esa cantidad de temas que se intercambiaba la gente a través de Internet, no había un pago para nadie. Porque ni siquiera sabías cuantas veces estaban bajando una canción o cuántas versiones había de un tema, no había ningún registro de ese tipo, ahora con la creación de sitios, legalizados, o formalmente puestos en Internet, que tienen una auditoria muy clara de cuántas veces bajas una canción, cuantas versiones hay de un mismo tema, quienes son los autores de esa canción, quién es el propietario de ese tema, que compañía, que es una cuestión muy difícil, es muy difícil auditar algo que aparentemente es intangible y que en algún momento empezó como algo al margen de las cuestiones de derechos de autor, para nosotros viene a ser ahora, como las formalizaciones que ha ido tomado este medio de comercialización de música, viene a ser si no el futuro, por lo menos si un paso adelante en cuanto a lo que se refiere a la venta de música. Si es muy muy importante, porque además tiene muchas ventajas, que es que no necesariamente tienes que salir de tu casa, lo puedes hacer en tu casa muy cómodo, tiene la posibilidad, la gente, de armar sus propios discos de manera legal no, que era una cosa que impulsaba mucho a la piratería, y a este tipo de comercio por Internet en un principio, era que tu podías bajar la canción que más te gustaba de un grupo y de otro y de otro, y mezclar si era pop, con rock, si era norteño con banda, no había ninguna restricción, tu te hacías el disco que tu quisieras, pero también no le pagabas a nadie, entonces ahora con el cobro por tema, tu bajas tu canción y la puedes juntar con las que tu quieras y aparte el Internet es un medio muy bondadoso para hace promoción porque tienes un gran cúmulo de información fluyendo por ahí, entonces amendes a maraña de información o a esa gran cantidad de información que tu puedes tener en el Internet, que tu puedes estar ahí, dos o tres hora y te enteras de muchas cosas, también eso te da la posibilidad de hacer promociones muy grandes y de hacer otro tipo de marketing diferente al que la industria estaba acostumbrada hace cincuenta años.

**Y mas o menos en cuanto, aquí, cuantos pesos hay que pagar para bajar una canción?**

Está como los precios internacionales, realmente en México, aún, Mexicano, no hay ningún sitio oficial en el que tu puedas bajar música de forma legal, pero hay mucha gente que se conecta a otros lados y a través de Internet puedes hacer lo que sea. Y está de acuerdo a los precios internacionales, 90 centavos, 99 centavos de dólar por canción que viene siendo que te gusta, 11 pesos 12 pesos por canción.

**Y les conviene? Osea vender una canción a ese precio?**

Lo que pasa es que le estamos cambiando a la forma de ver las cosas, osea a lo mejor, de entrada, uno que ha trabajado tanto tiempo en la industria y que está acostumbrado a vender discos, hablando de disco como una cosa redonda que trae 10 o 12 canciones dentro, si se te hace difícil desprenderse de ese producto, e ir hacia delante buscando otras formas, a veces se siente feo no vender discos o no más que uno, pero al final de cuentas la gente se está moviendo hacia ese mercado, la gente cada día más tiene sus reproductores de mp3, cada día en los coches hay más reproductores de mp3, entonces tenemos que dar ese paso, osea es un cambio de la industria muy fuerte que estará pasando, que ha estado pasando ya hace unos años y que durara unos más. Y que te digo es una forma nueva de vender música, entonces ya no va a ver disqueras, va a ver compañías de música, que venderemos música no sé si nada más por Internet, o por los teléfonos, pero habrá, se irán generando nuevas formas de vender la música y eso es el paso que tenemos que dar, los que trabajamos aquí, hay gente que a lo mejor nunca se acostumbrará a no vender discos y ni modo, no le entenderá a la nueva forma y se quedará afuera y habrá gente que sí no, que si puedan comprender ese paso y seguir adelante no, es como antes vendían bicicletas y después sale el coche, y la gente estaba acostumbrada a andar en bicicleta, se le hacía peligroso subirse a un coche porque iba muy rápido y no sé porque le echaban gasolina y que tal si explota, pero es lo mismo, es un cambio total de formato de música. Entonces hay que ir para allá y si entonces después de esa nueva forma de vender música, de ahí se derivan otras, hay que estar al pendiente no, osea lo bueno, lo único bueno de esto es que la música nunca se va a terminar, siempre habrá chavos que quieran escribir canciones, gente que toque instrumentos, osea siempre van a ver artistas que quieran dar a conocer su obra, eso va a permanecer, es inherente al ser humano, lo que va a ir cambiando es la forma de venderla o de darla a conocer, es muy feo que se mueran los discos pero seguramente cosas buenas vendrán no.

**Pero la música siempre va a estar ahí.**

Eso es segurísimo que sí, pero artistas siempre va a ver.

**11) ¿Qué opina usted con respecto al crecimiento de los canales de música en la televisión? Antes no estaban Vh1, Telehit, Video Rola, cada vez hay más espacios en la televisión, más canales, antes la música sonaba más en la radio, ahora es más visual, ¿Qué opinas al respecto y en qué manera beneficia la industria?**

Pues mira, si partimos de la base que la radio sigue siendo el canal de difusión más importante para nosotros, el que se hayan abierto estos espacios en el que puedas tu casar la música con la imagen del propio artista ha sido como abrir un canal más. Como dice la canción con que abrió MTV, "The Video Kill The Radio Star", eso aparentemente podría pensarse así, pero realmente, no todo el mundo, he.. la mayoría de los canales que transmiten únicamente música en video, generalmente van a un público, a una clase un poquito más elevada, un poquito más mayor de alcances económicos, porque generalmente estos canales pasan por la televisión de paga, Sky, o Direct Tv, o Cable Visión, o cualquier sistema de cable que está relacionado a esto y que sea dentro de los países no, pero ha sido muy bueno porque ha permitido que la

gente conozca más a su artista. Hay veces que si el artista no podía salir en la tele, tu nunca lo conocías, o si era un grupo extranjero que de repente escuchabas en la radio, ni siquiera te imaginabas como era no, o ibas a la tienda y preguntabas por el disco y muchas veces ni siquiera tenían el disco, porque muchas estaciones tocan cosas que les llegan y les interesa promover pero sin importarles si el disco está a la venta o no, los canales de televisión que transmiten música, nos han abierto otras posibilidades a conocer otros grupos, a dar a conocer otras cosas, porque cada canal ha tomado una bandera, una postura entonces MTV, promueve cierto tipo de música, ciertos artistas que tienen una postura en especial, Ritmoson tiene otra, Vanda Max tiene otra, Video Rola tiene otra, Vh1 es más adulto, entonces nos ha ayudado un poco a segmentar, a llegarle más a la gente que a veces, lo que pasaba en un principio era que pasaba todo tipo de música, entonces no estaba dirigido a algo en especial, ahora puedes tener la posibilidad de decir “yo quiero mi artista en este canal” porqué? Por que ahí le llego a la gente que realmente me interesa llegarle de origen, después, si el grupo va creciendo pues lo vas abriendo a otros canales no? Es lo mismo que la radio, osea finalmente es una radio pero por televisión, hay radios gruperas, hay radios poperas, hay radios rockeras, hay radios que tocan música instrumental, hay radios que tocan jazz, pero ha servido para que la gente se enganche más con el artista, se involucre más con el artista, los vea, quiera copiarlos no? No es lo mismo verlos en un festival, o una vez al mes en un programa de televisión, que verlos no sé a lo mejor una vez al día en tu canal de videos favoritos, entonces la gente crea culturas alrededor de sus artistas porque los puede ver, entonces es una herramienta también muy muy útil, y los videos, los video clips de un artista son una herramienta de marketing muy muy importante. Cada vez, eso si hay que mencionarlo, cada día, tienen menos impacto. Cada día, salvo artistas muy novedosos con video clips muy novedosos, o artistas muy consolidados que siempre, tienen un impacto fuerte en los videos, pero realmente la radio, y salir a la calle, el hacer calle con un artista sobretodo nuevo, es lo que más te da ganancia. Pero si, los videos han bajado su impacto en venta, pero si han crecido su impacto en otro tipo de cosas, la creación de culturas alrededor de cierto tipo de artistas, y eso al final de cuentas moviliza mucha gente, mucha gente compra discos.

**12) Considerando la oferta de la disquera, es decir su portafolio de artistas, cuales son los aspectos básicos que toman en cuenta para que un artista forme parte de su portafolio?**

En Warner tenemos una filosofía muy clara que eso nos ha costado muchos dolores de cabeza, y hasta ventas y cosas, nosotros queremos firmar artistas de verdad, y eso es muy difícil de explicar quién es un artista de verdad, y quién no es un artista de verdad. Una cosa es ya casi filosófica y que cualquiera que escuche esto diría que qué mamón soy, o que qué mamón es la compañía, pero tratamos, nosotros tenemos pues como la consigna o la filosofía de firmar artistas que no sólo canten, que no sean nada más bonitos, nosotros tratamos de no generar artistas he.. que sean huecos y que sean pasajeros, creo que la filosofía de Warner es que tenga artistas que duren para siempre, que siempre estén firmados en Warner, y generalmente esos artistas son, músicos, tocan algún instrumento, la mayoría, o algunos de ellos han tenido estudios de música, compositores, generadores de sus propios temas, lo cual les da una mayor credibilidad en el mercado, le da más tiempo de vida, y también he.. artistas que de alguna forma tengan alguna cosa inteligente que decir, que generen algún tipo de nueva tendencia musical, entonces creo que esa es la filosofía básica de Warner, y el que puedan estar mucho tiempo con nosotros, es decir que podamos tomarlos en un momento de su carrera y llevarlos, llevarlos, llevarlos, llevarlos cada día más lejos a lo largo de ese

periodo. Que nos permitan desarrollarlo y al fin son generalmente artistas a los que les damos toda la libertad, libertad de producción, libertad creativa, libertad de imagen, somos una disquera muy de ese tipo de artistas, más de corazón. No somos una disquera de oportunidades que dice tomo este artista ahorita, y lo reviento tres discos y me voy no, y después que venga el siguiente, tratamos en la medida de lo posible estar marginados a ese tipo de artistas.

### **¿Qué géneros musicales manejan principalmente?**

Bueno ahora, Warner hasta hace un año, tenía tres ramos, Warner Music México, éramos tres disqueras en una, era por su parte Warner Music México, trabajando 2 tipos de artistas, los artistas firmados en el extranjero, los artistas internacionales en los que hay artistas anglo y en español, en los anglos están no sé, de los que se oyen internacionalmente está Madonna, está Alanis Morissette, está Eric Clapton, está Phil Collins, hay muchos más no, Red Hot Chilli Peppers, muchísimos no, y artistas también internacionales que cantan en español, está Miguel Bossé, está Alejandro Sans, está Alex Ubago, y varios más, como artistas que cantan en otros idiomas como Laura Pausini, ese era como, ese bloque de la disquera, el otro bloque de la disquera estaba conformado por todos los artistas firmados en México, eh... más pegados hacia la música pop está Maná, está La Ley, al pop y el rock, El Tri, y otro tipo de artistas como puede ser Francisco Céspedes, Edith Márquez, ahora la inclusión de los chicos de la academia Yahir, Nadia, Erika y había tradición de Warner que era independiente de Warner Music México que era una compañía que se llamaba Peces MCM, que eran dos compañías que eran independientes en su momento, Peces la disquera más antigua de Latinoamérica, y MCM una disquera muy exitosa de Monterrey, que compramos una en el 95 y otra en el año 2000, dedicadas únicamente a la música popular Mexicana, entre eso, la música Mariachi, la Música Grupera, la Música de Banda, entonces operábamos con esas tres salidas no, he bueno, la crisis que está sufriendo la industria del disco mundial, nos ha obligado a reducir la estructura sobretodo del personal, y también artística y ahora operamos como una sola compañía, Warner Music México, en la que nada más tenemos dos divisiones, la división de Warner Music México, los artistas firmados aquí, la que yo tengo a mi cargo, que incluye ahora artistas no solo Pop y Rock, si no también los gruperos, osea todo el bloque local está en un solo cajón, y seguimos manejando la parte internacional como la manejábamos antes. Los artistas firmados fuera de México, no importando que canten en español o en inglés, o en otros idiomas. Entonces esa es básicamente la estructura con la que operamos y si me preguntaras que de que tipo de música tenemos más artistas firmados, pues de todas, yo creo que esa también ha sido la sabiduría de la compañía de ir equilibrando y tener artistas para todo tipo de público, tenemos artistas gruperos muy exitosos, tenemos artistas rockeros muy exitosos, tenemos artistas más valadistas muy exitosos, canta-autores ahora tenemos varios, de música pop que le llegan a ese segmento, y ahora la gente ya no se va nada más por el beat de la canción, y el look del artista, si no también por lo que dicen. Entonces creo que tenemos, en cada nicho tenemos artistas importantes para cubrir la necesidad del mercado, entonces hicimos una compañía bastante heterogénea en ese sentido, a lo mejor lo único que no tenemos son lo que se les nomina Boys Bands, grupos de niños con coreografías y ese tipo de cosas, eso si es lo que no tenemos, es un segmento en el que definitivamente no nos ha interesado entrar, pero de ahí en fuera, con todo lo demás ahí estamos.

### **¿Y qué género vende más?**



Mira creo que son ciclos no, la música está como la vida, son ciclos, se van repitiendo, evidentemente los grupos establecidos como un Maná, venden muchísimo de cada disco que saca, no pasan de moda, ya son unos clásicos, o Luis Miguel, ya es un clásico, no importa el tipo de género que cante en ese disco si es Mariachi, si es Big Band o si es Bolero, o si es Pop, ya tiene un público cautivo muy grande. Pero en realidad, la gente ahora está comprando lo que le gusta, no le importa si es Pop, si es Rock, si es Grupero, o sea hay chavitos que están bajando una canción de Linkin park así toda rockera, estruendosa, y están bajando al mismo tiempo en ese mismo disco la canción de Pesado que es un grupo nortño, porque les llega al corazón, porque se acuerdan de la novia, entonces la gente también se está abriendo mucho. Hay de todo y de repente hay gratas sorpresas de cosas que tu crees que no van a vender mucho, porque van destinada a lo mejor a un público a lo mejor más inteligente, mas culto, y ese público es menor, que de repente pum se hacen masivas no. Igual pero, también ha habido modas, igual la moda del rock en Español, en que todos los grupos de rock en español vendían y vendían , y después sólo algunos se quedaron trascendiendo en el tiempo, la época, hubo una época muy fuerte de la música grupera, en que habían muchos grupos vendiendo discos a todos los segmentos no, podría mencionar varios grupos, incluso la competencia que en su momento le vendían a todas las clases sociales, entonces fue un momento de moda, ahora creo que está de moda, las canciones, las baladas no, los baladistas y los solistas baladistas no, o los grupos que tienen esa tendencia al pop pero que parecen que son baladistas, no sé la Oreja de Vangok, Alex Ubago, ese tipo de solistas que son como románticos, como que tienen algo que decir. La música es por ciclos, de repente te toca, una etapa rockera y todos los rockeros a vender no, de repente te toca una etapa popera, y todos los poperos a vender, o ahorita que estamos en la época de las canciones con un contenido que tienden a la balada o a la power balad, es una balada que tiene un poquito de más beat, está funcionando muy bien, sobretodo por las letras, hay momentos, entonces hay que estar hay viendo en que momento de la industria estás y apoyando los artistas que más te puedan funcionar en ese momento.

### **13) Bueno y ya para terminar, centrándonos en la crisis de la industria discográfica, qué está haciendo la compañía disquera para combatir la crisis?**

Mira antes que nada, la crisis está provocada por muchas cosas, pero la principal es por un delito que es muy grave que es la piratería. Hace poco que me estaban preguntando acerca de la piratería, que qué ventaja tenía para una gente, o para una persona el comprar discos originales o legales? Que cuál era el plus? Pero así como en tono de un reclamo, “Pues yo que plus tengo de comprar un disco original?” Así era la pregunta no, y para la gente que oímos de estos decimos bueno es que cuál plus, es que una cosa es que si compras un disco pirata eres un delincuente, o sea y si compras un disco original no lo eres. Ese es el plus! Si lo quieres ver de una forma categórica, si tu compras un disco pirata, yo te podría meter a la cárcel. O sea es como matar a una gente, o asaltar a una persona, o sea tu estás infringiendo la ley. Entonces la crisis de la industria nace, yo creo que con la creación del disco compacto. Con la creación de la música digital, porque te están vendiendo el master, y finalmente después ese master es duplicable, fácilmente y después se vuelve fácilmente duplicable, y después se vuelve duplicable a una forma muy económica, entonces la crisis de la industria refleja de alguna forma también la crisis de la sociedad. La gente no tiene dinero. La gente, sobre todo en México, la gente es muy musical, México es muy musical, lleva la música por dentro, no hay un lugar donde no haya un radio, en la cocina, en el baño, en el carro, en la oficina, traes tu radio portátil, la gente de México no puede vivir sin la música. Y

después si tiene la opción de comprar un disco de a 10 pesos contra un disco de 100 pesos, pues es claro que la gente que tiene menor poder económica va a comprar la de 10 pesos, entonces contra eso no se puede hacer nada, osea desgraciadamente la industria he..vivió épocas muy importantes, su época de oro así en donde las ganancias eran muy fuertes, y no le dio su lugar, osea no se percató de lo que se estaba generando, que era la piratería que por muchas razones. Cuando tu antes tenías un LP y lo copiabas en un cassette, y lo traías en tu coche, es también una forma de piratería, pero ahí había algo que, y es igualmente ilegal no, pero la comercialización del cassette copiado, llegó un momento a que todos los tianguis que tu ibas por tu cassette y tenían todas las canciones que te gustaban, los compilados de Flans y los compilados de no se quien, y eso ya empezaba ahí, y empezaba ahí el mal, empezaba ahí el mal, lo que pasa es que la gente no le tomaba la dimensión a ese daño, además había una cosa bien clara, el sonido era totalmente diferente, osea había una degradación del sonido, de pasarlo de un LP a un cassette, y el cassette a final de cuentas se te acababa rompiendo, dentro del estereo del coche, o se acababa atorando, le empezabas a sacar la cinta ya después te aburrías y lo tirabas, la industria nunca supo percatarse bien del fenómeno que se estaba dando, pero cuando sale el disco compacto, que es una copia, prácticamente idéntica, el sonido si llega a variar porque varía, es imperceptible para la mayor cantidad de la gente, al menos que sea un cd de muy baja calidad, y aún así suena muy bien. Ahí no hay una degradación tan grande de la calidad, entonces la gente, he le da igual que tenga la etiqueta o que no, a la mayoría de la gente, o que tenga el librito con las fotos, aunque no lo tenga, porque incluso hasta lo tienen, ya los piratas muy sofisticados hasta tienen su librito, y otra cosa también que yo creo que promovió eso a parte de la facilidad no, y la economía de hacerlo, la industria no estaba preparada para recibir un golpe así, como que lo dejamos de ver, como que no quisimos darle la cara a ese problema y entonces cuando nos dimos cuenta, ya era tan grande como nosotros. Porque la capacidad de comercialización de un disco ahora es mucho mayor la de un pirata, ya la piratería está a 6 o 7 discos piratas por un original vendido. Cuando te das cuenta, ya es un monstruo que está encima de ti, por otro lado es la parte con la que nosotros queremos combatir a la piratería y ya no a la piratería de discos si no a la piratería de la música, es con la generación de artistas nuevos, porque también lo que ha pasado, en México y en todo el mundo, es que desde hace 10 o 15 años, los grandes artistas son los mismos, osea no se ha hecho a un nuevo artista que digas, oye este substituye a tal, este ocuparía en un momento dado el lugar de tal, porque los artistas también tienen una vigencia, digo hay artistas que duran toda su vida, pero de esos, uno por cada cien, entonces la industria no puede vivir de los mismos artistas, no ha habido generación de artistas, entonces para que un chico o una chica de 15 a 20 años compre un disco nuevo de, no voy a decir nombres porque sería mala onda pero, para que un chico compre un disco, el disco realmente tiene que tener 10 hits, porque para comprar un disco de una sola canción, básico es el pirata, es la realidad, osea duele decirlo y como parte de esta empresa me molesta mucho que pase no, pero es la realidad, no ha habido nuevos artitas, y muchos de esos artistas, se han limitado ha hacer discos de 10 canciones con 2 buenas, como podríamos calificarlos ahorita no, entonces son un disco con 10 temas, que tiene 2 canciones buenas, y que probablemente esas canciones a lo mejor, ya hallan pasado de moda, no vayan a permanecer, entonces para que tu acabes guardando un disco que te costó 200 pesos en el anaquel de tu casa, pues lo compro y lo tiro, cuando ya no me guste lo tiro y ya, ya me quito de basura, entonces Warner tiene muy claro que la generación de artistas ha sido una cuestión importante, en el crecimiento de la piratería. Nosotros no podemos, desafortunadamente las leyes aún no permiten, la ley es muy clara hasta este momento,

tu puedes encarcelar a la gente que fabrica discos piratas, pero de ahí en fuera no, tu puedes levantarle a una gente que está vendiendo discos piratas en la calle, quitarle su mercancía pero no puedes hacerles nada más, entonces, digo no es que yo quiera ser un maldito con la gente y quiera que les pasen cosas malas pero, pues lo menos que podría pasar es que los castiguen conforme a la ley, todavía no se puede, entonces este localizar al que lo produce es muy difícil, porque lo producen por partes, uno quema el disco, otro arma la cajita, otro hace el impreso, entonces nunca tienes a la gente en conjunto y es muy, es muy complicado no, y creo que también intervienen muchas cosas hasta social, que prefieres, que este 150 mil piratas en la calle vendiendo discos o 150 mil cuates robándole a la gente de la calle? Pues que vendan discos, pero que preferiría que vendieran discos , o que vendieran fruta? Pues que vendieran fruta! Porque hay mucha gente, que pierde su trabajo por la piratería, incluso los artistas y autores y compositores, y gente que trabaja en las fábricas y gente que vende discos y gente que diseña, y gente que produce, , es una cadena enorme la que se ve afectada, pero nosotros con eso, estamos tratando de combatir la piratería, evidentemente cada impulso, cada propuesta que venga de la industria en general, a favor de combatir la piratería, o cualquier idea que pueda surgir la apoyamos, siempre y cuando no valla en detrimento de nuestros propios artistas. Y por otro lado, la generación de artistas nuevos, estoy sacando este año seis artistas nuevos, que sabemos que serán difíciles de desarrollar, que a lo mejor uno pegará en el primer disco, otro en el segundo, otro en el tercero, o dos en el segundo y uno en el primero, pero lo que estamos haciendo es poner más propuestas en la calle de artistas nuevos, de música de calidad, generalmente con artistas como yo digo, la propia definición, “de verdad” canta-autores, que tocan, que saben lo quieren, que tienen un camino bien definido, para darle también a la gente cosas nuevas, porque el pirata no está esperando las cosas de los artistas nuevos, está esperando los grandes artistas, la venta de discos de piratas está en el catálogo de canciones muy exitosas, o en la novedad, novedad, novedad, lo de hoy, el nuevo disco de Luis Miguel, el nuevo disco de Maná, entonces ese nicho, generalmente no lo atacan, y ahí es en donde la gente de primer instante, se engancha con un artista nuevo, y no consume discos piratas no, pero también es la propuesta musical que hagamos lo que va a evitar la piratería. Hasta en ese punto, nosotros sí podemos colaborar, la otra es una cuestión legal, que entre toda la industria poco a poco se ha ido tratando de minimizar, o tratando de legalizar, o tratando de castigar de la forma adecuada , pero lo más inmediato que tiene una compañía es poner en la calle música nueva, artistas nuevos, crear talento nuevo, y dejar de que el mercado dependa de los diez artistas que conocemos desde siempre, que todos los tenemos muy claros quienes son no? Y esos artistas siempre están abiertos a nuevas experiencias también, a lo mejor hay artistas que no les importa tener un disco, si no tener su disco en Internet, son artistas que vienen también con la tendencia y la forma nueva de vender el disco, entonces ese es el aporte directo que nosotros podemos hacer, lo demás, castigar al pirata, o el legalizar la piratería, o el ayudar a los piratas a que tengan puestos, y que en lugar de que vendan discos piratas, vendan discos originales con ciertas ventajas de crédito, con ciertas ventajas, no quiero decir de precio, pero sí de facilidades para pagarlos en fin. Es una cuestión que lleva mucho tiempo y que toda la industria está involucrada, y que es lento no, pero las cosas inmediatas que podemos hacer nosotros, creo que es básicamente la generación de artistas nuevos, en eso si estamos muy al día, y con muchas ganas para que la gente también aprenda a escuchar otras cosas, y compre otras cosas, y se involucre, y vea que hay discos buenos de 10 canciones.