

Hugo Rodríguez (artista)

1) **Cómo te llamas?**

Me llamo Hugo Rodríguez.

2) **En que proyectos musicales has participado?**

E.. pues el proyecto principal en que he estado es Azul Violeta y he participado en algunas otras cosas pero digamos que ese es el importante.

3) **Has estado con alguna disquera?**

Si, con EMI.

Consideras importante que el artista tenga una participación activa en el diseño de la estrategia de marketing?

Si claro por supuesto.

4) **Qué se necesita para lograr una buena comercialización de la música popular?**

Pues siento que debe de haber un estudio muy bien elaborado del marketing, del perfil del producto y hacia quién va a dirigirse porque eso es fundamental para tener éxito en el proyecto.

5) **En tu opinión, cual sería el plan promocional y de medios óptimo?**

Bueno yo creo que en principio, volvemos a lo mismo, tiene que haber como un estudio del perfil del proyecto, hacia donde va dirigido y una vez que se tenga claro ese panorama, destinar ciertos presupuestos a que, a que den esos resultados, en base a con objetivos muy claros. Muchas veces en las disqueras, se maneja un mismo proyecto de marketing para todos los artistas y la única diferencia es que a unos les meten más y a otros menos dinero, pero digamos que si el proyecto es un perfil mas rockandolero, hay veces que se te promociona en revistas de perfil popular que no tienen nada que ver con el ámbito al que va dirigido determinado proyecto y yo creo que es fundamental nuevamente el marketing. El marketing es un traje a la medida en base a la percepción que se tenga de ese proyecto en específico, es el público al que tiene que ir dirigido entonces creo que eso sería ideal llámese una disquera grande o una disquera independiente, tener muy en cuenta eso. No necesariamente el que haya un gran presupuesto sino el que haya una objetividad muy clara en la zona a la que va dirigida.

Qué consideras mejor la tele o el radio para promocionar tu disco?

Pues mira, yo creo que el radio sigue siendo mucho más importante que la tele para promocionar tu disco. La tele ha adquirido en los últimos años una importancia bastante considerable, pero yo tengo comprobadísimo que el radio sigue siendo mejor.

6) **Consideras importante, además de la venta de tu disco, realizar actividades que te ayuden a tener un contacto más cercano con el consumidor?**

Si, hace un tiempo, cuando estábamos todavía con EMI hicimos una jira por los puntos de venta, en las tiendas de discos, platicamos con los vendedores de piso, platicamos con ellos directamente, funcionó bastante bien, yo creo que, solamente lo hicimos una vez y dio muy buenos resultados, yo creo que es importante que como artista tengas los pies en la tierra y consideres todas las posibilidades de promoción, finalmente el mayor beneficiado vas a ser tu.

Y han hecho de contacto directo con el público?

Si, también hemos hecho algunas firmas de autógrafos, convivencias con los fans y demás. Si es positivo como romper esa barrera entre la gente y el artista.

7) Pueden ustedes como artistas influir en el precio de venta?

Mira cuando estás en una compañía grande no, cuando estás con una compañía independiente, una de las cosas que me latió mucho fue que fuera accesible, pero aún así, veces es complicado porque tiene que ver muchas veces con los costos no. Si el costo del disco está muy bajos con respecto a la producción, pues a veces es muy difícil mantener costos bajos, pero sí, definitivamente en una disquera profesional eso es.. imposible.

8) Sobre una base del 100%, que porcentaje le corresponde al artista, y que porcentaje le corresponde a la compañía disquera?

Pues es casi una broma no, en el contrato que teníamos con EMI, nosotros llegamos a tener el 10% de las ventas, pero es el 10% del 90%. Osea no es el 10% del 100%, el 10% de 90%, y esto tiene que ver con cláusulas que están completamente anacrónicas, esa cláusula que te quita el 10% del total, es una clausula de 1934 una cosa así, cuando los discos eran acetatos, esos discos gruesos y frágiles y se rompían muy fácilmente. He quitaban el 10% por los costos que habían de pérdidas, pero pues hoy en día eso ya no pasa y esa cláusula no ha sido codificada. Realmente en la cuestión de la venta de los discos, el mayor beneficiado, digamos entre artista y compañía, es la compañía. Pero a nivel general, el mayor beneficiado en la industria del disco, es el que vende, la tienda. El distribuidor final, es el que más gana dinero de la venta de los discos, incluso más que las compañías.

9) Porqué crees que hay diferencia en el precio de venta entre un artista y otro?

Pues ahí pueden haber diferentes factores, uno es los costos de producción no, por ejemplo un disco de Luis Miguel a diferencia de un disco de La Lupita, este pues obviamente el disco de Luis Miguel fue grabado en Miami, en unos estudios carísimos, con unos tiempos mucho más amplios que se pueden considerar para un grupo de rock, por otro lado pues digo estás hablando de que las fotos se las debe haber hecho un tipo muy caro, así no, el diseño lo debe haber hecho un tipo muy caro, entonces los costos se incrementan y entonces pues a la hora de la venta tienen que incrementar los precios. Además de que, de alguna forma es como, una garantía para ellos, no importa que el disco salga caro, como es Luis Miguel, de alguna forma va a vender bien.

10) Vez la posibilidad de que las compañías disqueras consideren la venta de música digital como otra alternativa de venta?

Ese es el futuro, yo creo que el formato del disco prácticamente va a desaparecer. Ya solamente van a ver como transferencias digitales vía Internet, o estas maquinitas (i pod) que hay en Estados Unidos que con un memory card y con un par de dólares bajas la canción que quieras y la metes a tu mp3 player y así no. Yo creo que eso es el futuro, que por un lado, no está nada mal porque de esta manera se terminan las disqueras como tales, entonces las editoras van a cobrar una importancia mayor, y va a ver la posibilidad de que el artista sea su propio distribuidor no, a través de Internet, la gente que quiera consumir tu música, la puede bajar de ahí y hacer un pago directo por canción o por álbum o incluso pueden escoger y hacer su propia selección de los temas que quieren. Yo creo que ese es el futuro de la música definitivamente.

11) Reciben los artistas regalías de las ventas a través de Internet? Ya que en estados Unidos existe el i tunes, Napster, pues ya se puede comprar música a través de Internet.

Bueno aquí todavía no, aquí en Latinoamérica eso todavía no se está implementando, eh.. como siempre estamos un par de pasos atrás, pero yo creo que es lo que sigue no, las disqueras aquí por parte de la informática siempre van bastante retrasadas no sé por qué razón, pero yo creo que eso tiene que ser ya muy pronto.

12) Cómo artista, que le ofreces a la disquera? Es decir, que es lo que haces que le parece atractivo a la disquera para considerarte parte de su portafolio?

Fíjate es bien chistoso esto, porque vamos a una cuestión personal ahí, porque muchas veces cuando logras tener un interés por parte de una disquera, es por algún individuo que le gustó el proyecto y que de alguna forma vio la posibilidad de hacer un negocio contigo, fundamentalmente ese es el interés para ellos, que sea un negocio, muchas veces no les importa si tiene un gran valor artístico, o trascendencia, si no realmente si pueden hacer dinero contigo no, con eso que tu estás haciendo, em.. finalmente eso es lo más interesante para ellos. Precisamente por eso, el surgimiento de tantos sellos independientes, porque hay propuestas muy interesantes con un gran valor artístico que no tiene cabida en las disqueras grandes por la misma situación, porque tienen que resultar interesante a nivel de negocio.

Y bueno refiriéndonos al público, que podrían decir ustedes como artistas, que le ofrecen al público para que a ellos les guste su música, para que los admiren..

Bueno ahí si, como artistas, en el caso particular de nosotros, o de mí como autor, este.. Yo nunca hago una canción esperando que le guste a la gente, si no hago una canción tratando tu como de sacar cosas que me preocupan, cosas que me angustian, cosas que me molestan, osea como muy personales y finalmente, lo interesantísimo es que siempre afuera hay alguien que se identifica con esa manera de ver las cosas, con esa manera de sentir y termina siendo la canción suya, que eso es lo más gratificante para un artista, eh.. hay un dicho que dice que siempre hay un roto para un descocido y así es como lo sentimos, digo hay proyectos que llegan lejos con un impacto popular quizá por que a lo mejor el lenguaje es mucho más superficial y hay otros proyectos que en los cuales se profundiza más, que tienen sí un mercado, pero no un mercado tan masivo no, pues es curioso porque siento yo como que entre más superficial, menos comprometido, viene siendo de mayor impacto popular, y al final la gente lo que busca fundamentalmente en la música es divertirse y un poco eh.. buscar como un escape no, a la realidad aunque hay gente que también escucha la música y la usa como vehículo para reflexionar cosas oh que se yo, pero creo que.. ese es un factor clave.

13) Centrándonos en la crisis, en la situación actual, que hacen ustedes como artistas para superar la crisis?

Ah uf.. ok, bueno esa es una buena pregunta, muy interesante, hacemos he.. magia, jejeje. Buscamos hacer otras cosas no, hay un dicho también que dice que no hay que poner todos los huevos en la misma canasta, eh.. buscamos, bueno en mi caso personal, busco hacer otras cosas, he estado haciendo trabajos de producción, he estado haciendo trabajos de diseño, este e.. yo pinto también, entonces busco también darle salida a unas cosas que hago, en fin pues tienes que buscarle por todos lados pues hay momentos de, como platicamos hace rato, de bacas flacas y uno tiene que ser paciente, y tener como bien claro cuál es tu función no, en la sociedad, a mi me queda muy claro cuál es la mía entonces, cuando las cosas se ponen difíciles, bueno pues buscas otras alternativas, pero siempre con el objetivo bien claro de lo que soy, de lo que hago, y

buscando nuevas oportunidades no, al tanto tiempo se van moviendo las cosas, no desesperándose, eso es lo primero que puede ocurrir en un momento de crisis económica de los primeros rubros que lo sufren es la industria discográfica, y todo el ámbito artístico, pero.. son ciclos, no es eterno. Sobre todo en la industria discográfica hemos estado viviendo una, pues un vaivén, complicado no, se están modificando muchas cosas, las disqueras grandes se están comiéndose una a la otra, a la larga pues va a quedar un solo sello disquero mundial, y miles de sellos independientes no, que empiezan a surgir hoy en día. Así que siempre hay una manera de conseguirlo, eh..la cuestión es no perder el foco.

14) Hacen algo para crear conciencia en el consumidor para que no sea partícipe de la piratería?

Pues sí, de alguna forma si eh.. digo en este cuarto disco que hicimos lo decidimos, hacer una, dividirlo en dos entregas, la primera entrega contiene 8 temas inéditos y en el arte del disco, viene un espacio para otro un, para otro cd en donde vamos a incluir un cierto dvd, todo el contacto, todo lo que está en el disco nuevo, todas las canciones nuevas, y hay unos de los éxitos que ya conoce la gente, he buscando precisamente darle un plus a la gente y que no se quede este, pues que busquen comprar la versión original además de eso se está buscando que el precio sea asequible. Para que la diferencia sea de unos 30, 40 pesos y ahí si tomen la decisión de mejor comprar el original no, obviamente vale la pena, tiene un contenido más amplio y no pues es el producto.