

■ Registró ingresos por 2 mil 944 mdp; 65% fue

de ventas físicas y el otro 35 de digitales

La industria musical mexicana creció 8.4 por ciento en 2012, según Amprofon

■ ARTURO CRUZ BÁRCENAS

“En México, la música se comercializa 65 por ciento venta física y 35 venta digital, lo cual va revirtiéndose con el paso del tiempo. En 2012, la industria musical mexicana creció 8.4 por ciento y registró ingresos por 2 mil 944 millones de pesos. Hoy en día contamos con 27 tiendas digitales legales”, expresó Gilda González Carmona, directora general de la Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas (Amprofon).

La plática se debió a que la Amprofon cumple este año cinco décadas de su fundación, para lo cual la instancia organizó una conferencia de prensa con la asistencia de directivos de la industria. Todos coincidieron en señalar que la industria musical no morirá nunca en México, ni el cedé, pues el país es un gran consumidor de discos compactos. Para la ocasión, la asociación estrenó logotipo y página de Internet.

Añadió que la Amprofon fue creada en abril de 1963. “La música es una gran ventana para el país. Turísticamente, los lugares donde hay una buena exposición de música son más visitados y, en ese sentido, México es una gran potencia”.

La funcionaria expuso que la industria musical y la tecnología van de la mano. “Hoy en día es cuando más música se escucha en el mundo.”

Por su parte, José Ignacio Morales, director general de Marketing Musical, sostuvo que

la música es una industria viva. “Amprofon cumple 50 años, pero como industria en México tenemos más tiempo. Se habla de 70 a 80 años, y trae una inercia. Nadie se acuerda del cambio del casete al cedé. Casi nadie tenía reproductores de cedé y la piratería buscaba la forma de grabar las producciones en casete. El cedé no va a desaparecer”.

El director de Music Media, Luis San Martín, añadió que México cuenta con el mayor número de consumidores de cedé en el mundo. “Nuestro país es el que más consume formatos físicos. En Estados Unidos no hay ya quién comercialice cedé. La música y su industria están vivas y no morirán. Al contrario, se actualizarán de acuerdo con las nuevas tecnologías”.

Amprofon tiene un papel preponderante para la industria discográfica mexicana, como lo es el hecho de preservar los derechos de autor, de manera que evolucionen a nuevas formas, en este caso la digital, dijo Víctor González, director general de Universal Music y secretario del Consejo Directivo de Amprofon.

La piratería digital ha sido un tema importante en los últimos tiempos. En este sentido, el director jurídico de Amprofon, Alfredo Tourné, expuso que la tecnología va más rápido que el marco legal, por lo cual hay que adaptarse a las nuevas necesidades de la música y buscar legislaciones que protejan los derechos de autor.

En ese aspecto, el director de Universal Music destacó que hoy en día todos pueden ser creadores y recibir una remuneración por su creación. “Ya no es exclusivo de las disqueras y ahora vemos a chicos de 15 años recibiendo regalías por sus videos. Ahora es cuando todos convivimos en un entorno igual”.

En México, continuó, la industria musical no es vista como generadora de cultura. “Las disqueras son sólo una parte de la cadena productiva. Cuando se comercializa un tema se le da empleo a muchos sectores y se da la oportunidad a que nuevos talentos entren al mercado”.

Agregó que una gran parte de los recursos que se utilizan para lanzar un nuevo artista, no se recuperan. “Es arriesgarse para saber si pega o no. No todo es lucrar, y no todo es negocio. Por muchos años a las disqueras se nos ha visto como la parte económica, el negocio. Hoy en día, todos reconocen a Juan Gabriel. Hace unos años, era un joven de 19 años que buscaba que una disquera lo grabara. Hoy es al revés. Tenemos otra labor, que es la de generar cultura”, comentó.

En su oportunidad, el director general de Music Media, Luis San Martín, señaló que uno de los grandes retos de Amprofon ha sido preservar la industria musical en el país: “México tiene una voz en el mundo. Se le reconoce por su música. Las más grandes economías, como la de China, no cuentan con una industria musical como la tiene México”.

