

**Repunta 8.4% la venta de música en México**

El año pasado la industria mexicana creció 8.4% al registrar ingresos por 2,944 millones de pesos, por lo que no morirá nunca, dijo Gilda González, directora de la Amprofon, al celebrar los 50 años de ésta.

CRECE 8.4% LA VENTA DE MÚSICA EN MÉXICO

# Revive la industria musical mexicana

Vicente Gutiérrez

**EL ECONOMISTA**

EN EL 2012 la industria musical mexicana creció 8.4 % y registró ingresos por 2,944 millones de pesos; datos que hablan de la recuperación de un sector que debido a la piratería y descargas ilegales pasaba por momentos difíciles.

“La industria musical no morirá nunca en México, donde es una gran potencia”, dijo Gilda González, directora de la Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas (Amprofon), en conferencia de prensa para celebrar los 50 años de la Asociación.

Para Amprofon, ni el CD ni la industria serán enterrados, México es un gran consumidor de discos.

“La música es una gran ventana para el país. Turísticamente, los lugares donde hay una buena exposición de música son más visitados que otros”, agregó.

Contratos 360, que incluye a las disqueras en los ingresos de un artista en ganancias por conciertos, publicidad y hasta *souvenirs*, venta de música digital, discos de grandes éxitos, reediciones de catálogo y nuevos negocios han sido algunas de las estrategias para que disqueras como Sony Music, Universal o Warner Music muestren una recuperación.

José Ignacio Morales, direc-

tor general de Marketing Musical, opinó que la música es una industria muy viva. “Han sido cambios drásticos, pero sigue a la vanguardia y adecuándose”, indicó.

Por su parte, el director de Music Media, Luis San Martín, añadió que “México cuenta con el mayor número de consumidores de CD por eso sabemos que el formato no va a morir”.

Mientras que el director de Universal Music, Víctor Manuel González, refirió que la industria musical no es vista también 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 otros sectores y se da la oportunidad a que nuevos talentos entren al mercado”.

Sin duda, una parte que ha disminuido en la industria es el lanzamiento de nuevos talentos, las disqueras prefieren apostar a su catálogo, tributos, discos de *covers* y artistas ya consolidados.

“Es arriesgarse para saber si pega o no. 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 ge-

nerar cultura”, comentó el funcionario de Universal Music.

Gracias a la tecnología y al Internet, hoy existen muchos cantantes que no necesitan disquera, ahora, son los artistas quienes utilizan las plataformas digitales para promocionar su música y ganar dinero directamente.

“Ya no es exclusivo de las disqueras, ahora vemos a chicos de 15 años recibiendo regalías por sus videos”, agregó.

Una lucha incansable de la industria es preservar los derechos de autor, la piratería física y digital que nadie parece poder detener.

“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”, finalizó Alfredo Tourné, director jurídico de Amprofon.

[vgutierrez@eleconomista.com.mx](mailto:vgutierrez@eleconomista.com.mx)

**EN NÚMEROS**

**2,944** millones de pesos fueron los ingresos de la industria musical en México en el 2012.

**8.4 %** de crecimiento respecto del 2011.

**65%** física y 35% digital es la venta música en el país.



<p>Fecha 13.05.2013</p>	<p>Sección Arte, Ideas y Gente</p>	<p>Página 2-49</p>
-----------------------------	--	------------------------

**27** tiendas digitales legales existen en México.  
“La industria musical no morirá nunca en Méxi-

co, donde es una gran potencia”, dijo **Gilda Gonzalez**, directora de Amprofon.

**Amprofon** cumple 50 años de existencia y pide que se proteja el derecho de los creadores. FOTO: ESPECIAL

