

Música, creatividad y tecnología

Resumen.

En este texto, se reflexiona sobre los procesos de cambio de la producción musical y su relación con la tecnología, se analizan las nuevas formas de consumo y distribución de la música, y se describe cómo la participación activa del usuario transforma su sensibilidad estética. Esta reflexión parte del análisis de mi experiencia personal como cantautora y productora, y luego propone algunas ideas sobre el futuro de la música en el marco de la innovación tecnológica.

Palabras clave: Música, tecnología, creatividad, internet, conciertos online, mundo virtual

Music, Creativity and Technology

Abstract.

This article reviews the processes of change in music production and its relationship with technology, analyze the new forms of music consumption and distribution, and describe how the active user participation transforms his esthetic sensitivity. This reflection comes from the analysis of my personal experience as a songwriter and producer, and then proposes some ideas about the future of music in the context of technological innovation.

Key words: Music, technology, creativity, internet, online concerts, virtual world

Caroline Cruz Valencia
Licenciada en Ciencias de la
Comunicación
Docente en la Pontificia
Universidad Católica y en la
Universidad de Lima

Introducción.

Cuando recibí la invitación para escribir este artículo sobre creatividad, música y tecnología, me pareció un regalo porque me daba la oportunidad de reflexionar sobre tres temas que me apasionan. La creación de canciones es un oficio que practico desde hace muchos años, esta pasión me ha llevado a publicar dos discos como cantautora, dos como productora musical, y la creación de otras obras como la composición de música para cuentos y la musicalización de poesía.

La creatividad en la música es una actividad intensa y requiere de mucha práctica, pero, ¿de qué manera los avances tecnológicos han transformado esta actividad creativa?, ¿las formas de componer han cambiado en algo?, ¿cómo la tecnología ha afectado a la industrial musical?. Crear música con una guitarra o un piano real es como escribir con un lápiz en un cuaderno, componer música con una guitarra y un piano digital es como escribir poesía en un teclado de computadora. Es decir, las herramientas digitales facilitan procesos para un mismo objetivo: conmover, apasionar, encantar, afectar.

La creación de una canción y el diseño de su delicada arquitectura demandan del compositor tiempo y esfuerzo: crear una canción implica corregir, escuchar, arreglar, escuchar, corregir de nuevo, escuchar todas las veces que sean necesarias antes de grabar. Cuando conocí el mundo de la tecnología, entendí su tremenda funcionalidad aplicada a la música, y cómo la estética de la calidad del sonido cobraba una importancia a la que antes no le había prestado atención. Los programas de audio actuales abren la mente de un músico hasta el infinito, porque podemos encontrar instrumentos y sonoridades diversas que nos permiten experimentar para crear fusiones únicas.

Desde otra perspectiva, la velocidad con la que puede viajar una canción en mp3 al otro lado del mundo llevando un mensaje conmovedor, transformó la forma de pensar de muchos artistas como yo que hemos logrado en el circuito independiente, una audiencia significativa sin intermediarios.

Desde que existen las PC, los usuarios comenzamos a compartir gratuitamente música en internet. Hoy estar detrás de una pantalla esperando la descarga gratuita del último disco de tu artista favorito se

ha convertido en un evento mundial frecuente. Cuando la banda inglesa Radiohead lanzó por primera vez en el año 2007 su álbum “In Rainbows” en formato digital antes que el disco físico, fue considerado una audacia y un golpe directo a la industria de discos, donde normalmente el artista pacta sus derechos de distribución y recibe un porcentaje bastante bajo por la venta de cada uno. Esta vez, la banda se arriesgó en una estrategia de marketing novedosa y congruente con lo que pasaba en ese momento: todos los discos nuevos se subían para ser compartidos en internet, por lo que las ventas de discos físicos habían caído notablemente. Incluso antes que Radiohead lanzara la versión digital, se dice que ya se había filtrado el disco entre más de 500 personas que lo compartieron. Otro detalle importante es que la descarga del álbum en el sitio oficial de la banda, permitía que el usuario ponga el precio que le parecía “justo”, y podía variar desde US\$0 hasta US\$20 como máximo. El resultado es que la banda ganó más por ventas online que cuando tenía como intermediaria a la disquera. A partir de este acontecimiento, muchos optamos por un modelo de difusión igual.

Asistir a conciertos online también es una experiencia nueva para muchos de los seguidores de un artista. La primera vez que asistí a un concierto virtual gratuito fue el de la banda norteamericana Foo Fighters, la sala de chat vibraba con mensajes de asistentes de todas partes del mundo, cada uno como yo sentado frente a su computadora y con la adrenalina de los momentos previos al concierto. Sinceramente, esperaba una experiencia más lejana y menos emotiva, pero chatear con estos desconocidos durante el concierto mientras me tomaba una copa de vino, fue lo que le dio intensidad a todo, me sentí parte de una verdadera comunidad global virtual, y mi aprecio por la banda se multiplicó.

Una de las propuestas más originales de los últimos tiempos es la del cantautor Jorge Drexler, quien ha creado el primer proyecto de música interactiva en español, y busca hacer vivir la experiencia de la composición al usuario con un concepto nuevo que llama “aplicaciones”. Estos *apps* han sido creados especialmente para *tablets* y celulares, la primera aplicación gratuita es “Habitación 316” y está dividida en pequeñas frases, estas frases pueden ser combinadas libremente y en tiempo real, dando la posibilidad de tener miles de versiones personales de la misma canción, al

finalizar nuestra versión, la podemos compartir en redes sociales. Luego de probar la versión gratuita, compré la segunda canción “Madera de deriva” que es muy diferente a la anterior y también demanda participación del usuario. La canción está dividida en pistas que permiten controlar qué instrumento entra en cada momento, la única pista fija es la voz, y al ser una canción orquestada, es fabuloso jugar a decidir qué instrumento debe sonar en un momento determinado y tener cada vez una nueva versión. Es un completo producto de entretenimiento con pinceladas artísticas.

Así, en los últimos años el consumo de música gratuita ha puesto en dificultades a los modelos tradicionales de marketing y venta, por eso la creatividad es imprescindible para el diseño de nuevas estrategias de difusión donde el artista no se vea perjudicado económicamente, y tanto la audiencia como los productores ganen en el proceso.

El clásico modelo de la industria discográfica que separaba las labores del compositor, el intérprete, el productor, el ingeniero de sonido, el distribuidor y el vendedor, está quedando en el pasado, y tiene una fuerte competencia en un circuito paralelo donde muchos artistas hemos decidido incursionar tomando el control sobre la parte administrativa, y somos al mismo tiempo todo y uno. Es decir, somos compositores, intérpretes, productores, distribuidores y vendedores. Con la filosofía del capitalismo tardío “do it yourself”, un sector importante de músicos independientes y masivos, vemos a la innovación tecnológica y a la web 2.0 como la oportunidad de ponernos en contacto cara a cara con nuestros seguidores.

De mis *cassettes* a la descarga gratuita *online*.

Cuando comencé a escribir canciones a los 15 años, tenía un lápiz, un cuaderno, mi guitarra, y una radiograbadora. Ya había compuesto una decena de canciones cuando en 1996, junto a unos amigos, formamos “Cementerio Club” y para existir en el mundo necesitábamos grabar una maqueta. La forma más rústica y económica de grabar una maqueta era haciéndolo a nosotros mismos: un proceso largo y laborioso en una sala de ensayo, con una grabadora *multitrack* de 4 canales y micrófonos. Era mi

primera grabación de una maqueta de *rock*. Meses más tarde, llevamos el *master* a multicopiar un tiraje de 100 *cassettes* a Galerías Wilson. Cuando la maqueta estuvo lista, la prensa escrita nos dio críticas muy positivas, el único medio que nos ignoró fue la radio comercial. Claramente si querías hacer tu propia música, esta manera de grabar no era la mejor, y si queríamos apoderarnos del sistema, la forma de distribución tampoco era la adecuada, solo años después con los avances tecnológicos sucedieron cambios importantes.

La mayoría de cantautores como yo somos autodidactas y curiosos, practicamos el aprendizaje abierto, y esto nos ha permitido tener un producto independiente y de libre distribución. Cuando un single está terminado, lo subimos a la web, y lo ofrecemos como descarga gratuita en nuestras páginas personales o *Myspace*. Estoy segura que muchos se deben estar preguntado ¿y de qué viven estos artistas si ofrecen su música gratis? Los artistas vivimos de los conciertos, de regalías, de enseñar, de cómo vamos construyendo nuestra reputación, y para eso necesitamos ser conocidos por cualquier medio, tanto masivo, como independiente o subalterno.

Apenas escuchábamos sobre algo nuevo, queríamos probarlo. Por ejemplo, en el 2001, se hablaba mucho del multimedia, un conjunto de medios expresivos en un mismo objeto, por lo que decidí investigar y grabar un disco como solista llamado “Árbol Blanco” que se convirtió en el primer disco de música y multimedia en el Perú. Además de escuchar las canciones en un lector de CD de audio, si el usuario lo ponía en su computadora, podía leer las letras mientras escuchaba el disco, ver fotos, leer la biografía, leer artículos y entrevistas, ver dos videoclips en animación flash y en 3D, y finalmente, podías afinar tu guitarra con un afinador digital. La prensa de crítica musical respaldó la propuesta, y la prensa de innovación tecnológica destacó la propuesta multimedia. El disco tuvo buena acogida en redes independientes, pero las canciones tampoco sonaron en la radio porque no eran lo suficientemente comerciales.

Para el siguiente proyecto, decidí escribir canciones más “comerciales” porque la nueva meta era sonar en la radio local para ampliar el público ya que el circuito independiente tenía un público muy pequeño, y todavía no existía la difusión por internet. Lo nuevo en la grabación

de este disco fue contar con un productor musical que tenía la fórmula radial: la canción no debe durar más de 3 minutos, la melodía debe ser muy pegajosa, la intro no debe durar más de 15 segundos, el primer coro debe sonar antes de los 30 segundos, no deben existir solos de guitarra y el final tiene que ser contundente. Para garantizar la calidad de sonido, invitamos a ingenieros argentinos que habían trabajado con Fito Páez y Charly García. Nunca viajé a Argentina, porque no era necesario, todo se podía hacer virtualmente: el disco era subido toda la noche por FTP a un servidor, y al día siguiente, en Buenos Aires, Andrés Mayo lo masterizaba, y lo volvía a subir al servidor. En Lima, descargamos el disco, escuchamos como quedó, y cualquier corrección se hacía con el mismo proceso. Cuando comencé a escribir un single comercial, me di cuenta que era más difícil de lo que pensaba, pero lo conseguí con la canción “Zapatos para caminar en el sol”. Este tema fue canción de la semana en tres radios locales independientes y ganó un concurso internacional de *rock-pop*. Pero cuando me reuní con los programadores de las radios más comerciales, salí de las citas muy desmotivada, les encantaba mi single pero no iban a pasarlo. El argumento principal es que, desde la gerencia, se había dado la regla que no se pase rock nacional en la programación de esas radios.

Con la batalla perdida con las radios, la única opción de difundir mi música era por internet. Se acababa de inventar *Myspace* y *Youtube*, así que a fines de ese año decidí poner mi disco completo como descarga gratuita en Jamendo y Myspace, firmé mis derechos de autora con Creative Commons, y volví a escribir canciones con estructuras libres. Aprendí a escribir blogs, manejar mi web en PHP, subir música a *Pure Volume*, *Soundcloud*, *Lastfm* y a vender mis discos online. Luego llegó *Facebook*, *Twitter*, *LinkedIn*, más radios online, y una opción en la que me concentré años después: dar conciertos por internet.

Conciertos por internet y Second Life.

Si hubiera sabido mientras grababa mi primer *cassette*, que diez años después daría un concierto al mundo de manera online, no lo habría podido creer. Mi primer concierto por internet fue una experiencia estupenda,

era el premio a la intensa actividad en internet de los últimos años. En el mundo *online*, me sentía como pez en el agua; por eso, investigamos la mejor manera de transmitir un concierto que no sea desde una webcam como ya se había hecho en el Perú. El reto era darle al usuario la máxima calidad sonora con una mezcla en estéreo, máxima calidad visual con tres cámaras en HD, y una banda ancha de velocidad de transmisión que soporte 90 minutos de concierto sin colgarse. El concierto no solo se transmitiría por la web, sino en la red de 250 radios de la cadena Top Latino, que se colgarían de la señal para re-transmitirlo en la FM de sus países como Argentina, México, Uruguay, Paraguay, Venezuela, Ecuador, Chile, Colombia, España, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Brasil, ciudades como Miami, Puno, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Tacna, Piura, Cusco, Iquitos y Pucallpa.

Lo más impactante fue la reacción de los usuarios que se conectaron al chat y asistieron al concierto de manera virtual. Fueron más de 1,000 asistentes virtuales. Pero en internet, esta cifra, ¿qué significa?, ¿es mucho?, ¿es poco?. Según Daniel Bartra, director de Top Latino, la cantidad estándar de usuarios que se conectan a una radio online diariamente es de 30 personas aproximadamente por hora. Al día siguiente pude leer el chat donde muchas personas de otros países escribían: “Estoy en mi cama en pijama en Londres y escuchándote”, “desde Dinamarca son las 3 de la mañana y suena increíble”. Para la mayoría, al igual que para mí era también su primer concierto por internet.

Otra experiencia que marcó mi percepción sobre la relación entre tecnología y música, fue un acercamiento académico a *Second Life*. *Second Life* es un mundo virtual ficticio en 3D al que se puede acceder gratuitamente por internet con un avatar si eres mayor de 18 años. Ha sido creado para tener una segunda vida, es decir, tener relaciones sociales en grupo, actividades individuales, poder comercializar, comprar propiedades, hacer amigos, tener parejas, estudiar o trabajar. El Grupo Avatar Pucp es un grupo de investigadores interdisciplinarios de mundos virtuales 3D y nuevas tecnologías. Ellos me abrieron las puertas para conocer este inquietante mundo, y organizamos el primer un concierto en *Second Life* en el Perú por el sexto aniversario del creador *Linden Lab*. El despliegue técnico no era complicado pero requería de un equipo de

varios profesionales que estuvieran en lugares diferentes de la ciudad. Busqué a otros artistas que habían dado conciertos en *Second Life* y encontré que en el 2009 uno de ellos era U2. En Latinoamérica nadie lo había hecho y en Perú menos.

Primero creamos un avatar para los músicos y para mí, luego compramos los instrumentos, separamos un estudio de grabación profesional que tuviera una conexión a internet de banda ancha porque la transmisión del audio era en directo y no podía colgarse. En el estudio estábamos los músicos tocando en vivo conectados por audífonos, y un miembro del grupo Avatar con una laptop quien me iba narrando todo lo que ocurría en *Second Life*. En otro lugar de la ciudad, otro miembro del grupo manejaba mi avatar haciendo coincidir mis movimientos cuando cantaba. A los pocos minutos, otros avatar ingresaron al auditorio, y aunque yo no escuchaba ningún aplauso, recibía el *feedback* de Steve quien me iba diciendo por los audífonos “te están aplaudiendo y piden otra canción”, “la sala está llena no puede entrar nadie más, sigue tocando”. Cuando finalizó el concierto, salí de la cabina de audio y pude ver las fotos que enviaron, realmente me emocioné, nunca antes había dado un concierto así, y de alguna forma, aunque no puedes ver ni tocar a nadie, había “algo en el ambiente” que lo hizo muy especial. Me quedaron en la memoria los mensajes del público que asistió, los aplausos imaginarios y los saludos virtuales. Ahora comprendo mejor, cómo alguien se enamora por *internet*, cómo la virtualidad logra transportar las emociones y sensaciones, y cómo los humanos logramos traspasar con nuestra imaginación y creatividad todas las barreras físicas y mentales.

El futuro.

La oferta gratuita de la música en internet, me hace pensar que estamos regresando a los orígenes. En muchos lugares del Perú y del mundo, tampoco se paga por la música, sino que “se ofrenda” en celebraciones religiosas, en fiestas tradicionales, en serenatas, o en sesiones de sanación

de medicina tradicional. El rechazo a la comercialización de la música y la proclama de libre acceso, nos hace consumidores más comprometidos e interesados en propuestas que se distinguen de las demás, ya no vivimos bajo la dictadura de las radios o la televisión. Ahora tenemos más libertad para buscar, consumir y aprender.

Muy pronto, tendremos la oportunidad de estudiar teoría musical de forma gratuita y de calidad con los MOOC (*Massive Open Online Course*) que ya comenzaron a dar universidades como Michigan y Harvard. Ya se están creando bancos de sonidos muy ambiciosos que incluyen todo tipo de instrumentos acústicos y electrónicos, sonidos orgánicos y no orgánicos, melódicos y no melódicos, concretos y abstractos. Pronto podremos ser parte de una red de usuarios que recibimos notificaciones cuando se crea una nueva canción en el mundo, y así podremos escuchar su estreno simultáneamente. Pronto podremos tocar virtualmente con nuestros artistas favoritos del pasado, trayéndolos a la vida por unos minutos, ¿se imaginan ser un músico miembro de la orquesta que dirigió Mozart o Beethoven?.

Mi fantasía más próxima es que la innovación tecnológica nos dé la opción de ampliar nuestras habilidades musicales, y que podamos ejecutar cualquier instrumento que tengamos frente a nosotros, pero ya no desde un teclado midi, sino en la interacción con el mismo instrumento. Es decir, tener la posibilidad de aprender en pocos segundos con un nanochip en nuestro organismo cómo se toca un instrumento, va a ser una experiencia única.

La innovación tecnológica sí ha cambiado las formas de composición pero no completamente. Escribir canciones en un cuaderno y con un lápiz sigue siendo tan vigente como usar un programa en la computadora para crearla. Dar un concierto en un auditorio con un público que puedes ver y escuchar, es tan emocionante como dar un concierto por internet y escucharlo en cualquier parte del mundo. Ensayar con todos los músicos reunidos en un sala de ensayo es tan posible como incluir en ese ensayo al solista que se conecta desde otro país, ¿Se imaginan ir a un concierto de música contemporánea donde el pianista principal sea un holograma y que toque con varias orquestas a la vez?

Las posibilidades que nos da la tecnología aplicada a la música o al consumo de ella, pueden ser infinitas; y si estas posibilidades se combinan con creatividad serán más potentes. Los nuevos modelos de creación, entretenimiento y consumo de la música deben ofrecer al consumidor una experiencia de participación y al mismo tiempo promover valores, por eso sí deben continuar regidos por la gratuidad. Tanto creadores como administradores de la industria explorarán nuevas formas de marketing y distribución, y diversificarán el negocio para que no se limite solo a la venta o descarga de música.

Referencias

- Harvey, David. (1998). “La condición posmoderna sobre los orígenes del cambio cultural”. Buenos Aires: Amorroutu. Primera Edición.
- Yudice, George. (2007). “Nuevas tecnologías, música y experiencia”. Barcelona: Gedisa Editorial. Primera Edición.

Ponencias

- Vitteri, Juan Pablo. (2012). “Producción musical industrial e independiente en la era digital”. Ponencia presentada para el VIX Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, organizado por la Universidad de Lima. Lima, 15 al 18 de octubre.

Internet

- Cruz, Caroline (2009). “Mi primer concierto por internet”. Disponible en internet: <http://carolinecruzv.blogspot.com/2009/09/mi-primer-concierto-por-internet.html>. Consultado el 15 de diciembre del 2012
- Cruz, Caroline (2009). Caroline Cruz en concierto en Second Life. <http://carolinecruzv.blogspot.com/2009/06/caroline-cruz-dara-concierto-en-second.html>. Consultado el 15 de diciembre del 2012

- Cruz, Caroline (2006). Myspace. Disponible en internet: <http://www.myspace.com/carolinecruzoficial>. Consultado el 15 de diciembre del 2012
- Jamendo (2006). Comunidad de música y autores. Disponible en internet: <http://www.jamendo.com/es/list/a63206/velocidad>. Consultado del 15 de diciembre del 2012.
- Millan, Eduardo (2012). “Jorge Drexler y su proyecto n, creando aplicaciones #TheAppFest” (on line). Disponible en internet: <http://blogs.20minutos.es/clipset/jorge-drexler-y-su-proyecto-n-creando-aplicaciones-theappfest/>. Consultado el 15 de diciembre del 2012.
- Toplatino (2004). “Concierto por internet Caroline Cruz” (on line). Disponible en internet: <http://www.toplatino.net/concierto-de-caroline-cruz-en-top-latino/>. Consultado el 15 de diciembre 2012
- Wikipedia (2012 última modificación). “In Rainbows”. Disponible en internet: http://es.wikipedia.org/wiki/In_Rainbows. Consultado el 15 de diciembre del 2012.

