

Trabajo 1:

USO DE ESTRATEGIAS Y ESPACIOS ALTERNATIVOS DE COMUNICACIÓN DE PARTE DE GRUPOS MUSICALES PERUANOS QUE NO TIENEN ACCESO A LAS EMPRESAS DE RADIODIFUSIÓN MASIVA.

INTEGRANTES:

DIAZ FERNANDEZ, KAREN ROSALBA	20121547
FARFAN DELGADO, CESAR ANDRE	20121624
FLORES ZEBALLOS, GIOVANNA MELISSA	20120508
MALLORGA HERNANDEZ, VICTORIA LILIANA	20121536
MEGO PAZ, ANDREA KRISTHEL	20121326



ÍNDICE



Introducción

3

Estrategias para el éxito

5

Casos

9

Términos básicos

12

Bibliografía

12



INTRODUCCIÓN



Supongamos que tienes una banda, tienes talento y quieres hacerte famoso, pero nadie te hace caso. No serías el único, es más, estarías en la misma situación que muchos famosos al comenzar su carrera.

La cuestión es que en el Perú es muy difícil llegar a las empresas de radiodifusión, puesto que existen muchos factores condicionantes como los inversionistas o la tendencia a lo extranjero en muchas emisoras. Pero eso no detiene al peruano, por que si algo nos caracteriza es la creatividad.

Desde el boom del Internet a mediados del año 2000, miles de peruanos han utilizado diversas herramientas para introducirse en el mercado y la música peruana no ha sido la excepción. Las redes sociales como Facebook y Twitter han dado un nuevo impulso a carreras que parecían haberse estancado. Esto, sumado a la afluencia de conciertos de entrada libre, nos demuestra que los tiempos han cambiado y que tanto la publicidad online, como la publicidad directa son ahora tan o más efectivas que la radiodifusión.

Por ello es necesario aprovechar todas las herramientas posibles por medio de las diferentes estrategias que existen hoy en día y que engloban una variedad de redes sociales y otros medios físicos, como conciertos de entrada libre o entrega de material gratis.

Quizá te hayas dado cuenta de que si una amiga publica un video musical en su perfil es muy probable que tú y tus amigos lo vean. Ahora piensa que hay miles de chicas que, al igual que tu amiga, publican videos musicales de sus bandas favoritas constantemente; asumiendo que cada usuario cuenta con una base mínima de 100 personas como amigos, puedes hacerte una idea de cuan grande es el alcance de ese video.

Lo mismo sucede con los conciertos libres y los discos gratis: al darles una muestra del producto a un determinado grupo de personas, se espera que corran la voz. Si algo te gusta es bastante común que quieras compartirlo.

Es por ello que todo fanático es un publicista en potencia; sin embargo, nada de esto sería posible sin una campaña publicitaria previa, la cual hace uso de determinadas estrategias.

ESTRATEGIAS PARA EL ÉXITO

Hemos mencionado antes que la creatividad peruana no conoce límites, y eso ha sido probado con creces. Nombres como Wendy Sulca, La Tigresa del Oriente y otros, se volvieron famosos debido a una buena estrategia. Estas personas se percataron de la gran influencia de Youtube y decidieron usarlo a su favor. Poco a poco fueron captando cada vez más visitas, lo cual los lanzó a la fama local, y eventualmente al medio internacional.

Pero Youtube y las redes sociales no son los únicos medios de promoción, y existen una serie de diversas estrategias más directas, es decir físicas, como los conciertos, o las firmas. Para poder abarcar estos temas a cabalidad, hemos decidido dividirlo en dos clasificaciones.

1. Medios virtuales

Suele dirigirse a los jóvenes, debido a que estos son los mayores usuarios de tales medios; sin embargo, alcanza a una población mayor, ya que el uso de las tecnologías de la comunicación se ha masificado en las últimas generaciones.

- *Blogs*

Desde el boom de Blogger, en los años 2000, tras haber sido adquirido por Google, la idea de una bitácora en línea ha ido tomando cada vez más fuerza. La posibilidad de hablar de cualquier tema en un espacio cibernético de fácil acceso para la mayoría de cibernautas, atrajo la mirada de muchos grupos en búsqueda de medios de promoción.

A su vez, los blogs han cobrado una dramática relevancia en nuestros días, ya que les sirven a las personas para expresar sus ideales y congregar gente con gustos y preocupaciones afines, esto último llamado activismo blogger.

Un ejemplo de la publicidad por medio de blogs sería el caso de Música Andina Peruana, un blog dedicado a la música vernácula, cuya información va desde fechas de conciertos, hasta número de contacto de los artistas, lo que ofrece la posibilidad de contactarlos y hacer uso de sus servicios.

- **YouTube**

YouTube es, por mucho, una de las redes más influyentes de la actualidad. Artistas de renombre internacional como Justin Bieber, Los Wachiturros, La Tigresa Del Oriente, y otros, han utilizaron esta plataforma como “trampolín” a la fama de manera exitosa, consiguiendo contratos y oportunidades a las que no podrían haber accedi do de otra manera.

La mayor ventaja de esta estrategia es que para subir un video a YouTube no se necesita capital ni tipo alguno de inversión, basta con tener acceso al internet y la creatividad suficiente para crear un video que



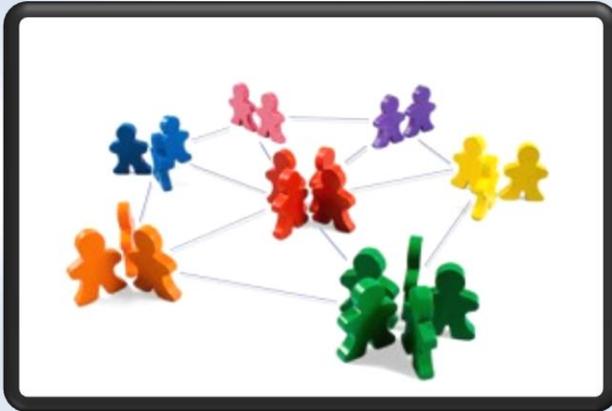
capte la atención de los cibernautas. Aunque no lo crea, un video que logre la atención mundial suele significar patrocinadores y contratos que facilitan que un artista alcance el estrellato.

- **Redes Sociales**

Lo especial de las redes sociales, como mencionamos anteriormente, es la facilidad con que un fanático puede compartir con sus amigos aquello que le gusta. El intercambio de videos y archivos de música, indiferentemente de la red social en que se mueva, garantiza una publicidad que se incrementa exponencialmente de acuerdo al número de conexiones entre consumidores.

Es por ello que en la actualidad se considera esencial para un artista el poseer por lo menos un par de cuentas en redes sociales (Facebook y Twitter tienden

a ser las más usadas) para estar en contacto con los fanáticos y ofrecer información de primera mano sobre lanzamientos nuevos o conciertos.



Múltiples artistas utilizan las redes para informar a sus fanáticos

- **Descarga Libre**

En enero de este año la popular plataforma de descarga “Megaupload” fue dada de baja por el FBI. La respuesta cibernauta no se hizo esperar: numerosos hackers, bajo el título de “Anonymous”, generaron múltiples disturbios en línea contra los sitios web del gobierno estadounidense y las disqueras culpables de la denuncia que causó el cierre de “Megaupload”. La dimensión de esos hechos fue tan abrumadora que logró que se cancelara un proyecto antipiratería del congreso estadounidense. Esos eventos demostraron la influencia que poseen en la actualidad los usuarios de los servidores de descarga libre.

Esta comunidad traspasa los límites nacionales, e inevitablemente, potencia la difusión de información como la música. Eso la hace una gran herramienta de promoción, razón por la cual múltiples grupos en la actualidad colocan varios

de sus singles en descarga directa antes del lanzamiento del producto final.



Estos son sólo algunos de los múltiples servidores de descarga existentes en la actualidad

2. Medios físicos

Lo que diferencia a los medios físicos de los virtuales, es que permite la construcción de una relación más íntima entre la banda y los fanáticos. La importancia de eso radica en que el fanático representa la columna vertebral de una banda. Sin el amor popular, es imposible que una banda logre el estrellato, ya que sin ellos, no hay consumidores.

- *Conciertos menores*

Muchos artistas comienzan sus carreras presentándose en locales pequeños, restaurantes, discotecas, entre otros. Esto genera un público regular, que gusta de su música, y tiende a difundirla, lo que conlleva al crecimiento de la popularidad de la banda en cuestión.

Estos conciertos suelen de acceso libre, y la agrupación puede o no percibir un ingreso económico, pero su mayor beneficio es el contacto con el público, que eventualmente garantiza una base de fanáticos sólida y un alcance mediático mayor.

- *Firmas, convenciones.*

Tiende a darse de manera genérica, en convenciones referentes a una comunidad específica, lo que garantiza una acogida segura, ya que el público se siente cómodo con el entorno y el tipo de música.

Una firma desmitifica la imagen de un artista “inalcanzable” y lo transforma en una persona real, de carne y hueso. Esto permite una mayor identificación al fanático, que en conjunto, representa también algo positivo para el artista, pues lo hace más conocido y querido.

El contacto con los fans es vital para alcanzar el estrellato



CASOS

Hay muchos grupos peruanos, que alcanzaron el estrellato gracias a las diversas estrategias, al margen del acceso a la radiodifusión. Sin embargo, hemos decidido enfocarnos en un grupo y un artista que alcanzaron la fama por medio de conciertos y presencia en los diversos festivales, que eventualmente les permitió firmar un contrato con una disquera.

- **Banda rock Amén**



El grupo peruano “Amén” comenzó en los años 90, formado Por Steve Suarez, Renan Díaz y Marcello Motta. Marcello(baterista) y Steve (guitarrista), se conocían desde niños, y comenzaron a componer música. Eventualmente se les unirá Renan, lo que llevaría a la banda a tomar un rumbo más serio.

La primera vez que se presentaron fue en un festival que se realizó en Ventanilla por aquellos años, y adoptaron el nombre de “Amén” debido a un sueño que Marcello había tenido el día anterior al concierto.

El concierto fue un éxito, y “Amen” siguió realizando pequeñas presentaciones, y dando entrevistas a pequeñas emisoras, hasta que en 1997 lograron inscribirse a dos concursos, uno en Miraflores y otro organizado por las disquera peruana “Discos Hispanos”. Debido a su gran talento, lograron ganar ambos concursos y obtener con ello un contrato para grabar un disco y un video musical.

Desde entonces, la banda ha ido creciendo y aunque ha cambiado de integrantes y tenido sus altos y bajos, siempre ha logrado resurgir.

- *Cantante folclórica Dina Páucar*

Dina Páucar es una cantante folclórica, nacida en Huánuco. Llegó a la capital, sin ser su corta edad de diez años un impedimento para cumplir sus sueños y llegar a la fama. Mientras que trabajaba como empleada doméstica, se veía a sí misma como una estrella y cada vez su vocación por la música se hacía evidente al pasar tiempo memorizando canciones y melodías.

Esta mujer, símbolo de las mujeres sufridas y luchadoras, empezó su carrera como cantante a los veinte años de edad. Su ascenso al estrellato no fue para nada fácil. Dina Páucar comenzó cantando de manera informal, en pequeños bares. Es así como, llega la oportunidad de lanzar su primer disco; sin embargo, no se obtiene el éxito esperado. Esto se debió, principalmente, a que no tuvo acceso a los medios de radiodifusión.

El éxito rotundo e imparable de Dina Páucar llega cuando graba en la empresa Prodisar. Es en este punto donde Dina Páucar se vuelve no solo una estrella admirada por su sencillez y humildad, sino por su talento; que no sólo es conocida en nuestro país sino a nivel internacional.



Además cada una de las canciones que Dina Páucar entona, llega a todas las personas, borrando las diferencias sociales.

Entonces, la fórmula de su éxito estaría fundamentada en que a los peruanos les gusta una estrella con la cual sentirse identificados. Y que mejor ejemplo que Dina Páucar, una mujer que llegó a la fama desde un lugar desconocido y que a través de sus canciones llegó al corazón de cada uno.

CONCLUSIONES

En resumen, existen diferentes tipos de estrategias para lanzar a la fama a un artista, las cuales demuestran la creatividad y la insistencia del talento peruano. Desde artistas como La Tigresa del Oriente, que se hizo famosa mediante un video de Youtube, hasta grupos reconocidos internacionalmente como Animésika, que aumentó su fama por medio de conciertos en instituciones de promoción de las artes, como la Alianza Francesa, se ha probado que no hay límites para aquel que realmente desea alcanzar la fama y el reconocimiento.

Como contexto final, podemos decir que, en nuestra realidad nacional, las bandas poseen una amplia gama de oportunidades de desarrollo, sea con medios virtuales o en medios físicos. Las barreras a las que se enfrentaron los artistas de antes ya casi han desaparecido y el factor más importante, la unión con el público, ha cobrado una inusitada importancia. En resumen, para que una banda tenga éxito, tiene que conseguir el favor de público.



TÉRMINOS BÁSICOS

- Radiodifusión
- Estrategias
- Medios virtuales
- Medios físicos
- Redes Sociales
- Base de fanáticos.

BIBLIOGRAFÍA

- WIKIPEDIA. Recuperado el 14 de abril del 2012.
(<http://es.wikipedia.org/wiki/Blogger>) "Blogger"
([http://es.wikipedia.org/wiki/Am%C3%A9n_\(banda\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Am%C3%A9n_(banda))) "Amén"
(http://es.wikipedia.org/wiki/Dina_P%C3%A1ucar) "Dina Páucar"
- MÚSICA ANDINA PERUANA, blog sobre música andina.
(<http://www.musicaandinaperuana.blogspot.com>)
- MÚSICA ONLINE, biografía de "Amén"
(<http://www.musica.com/letras.asp?info=16514&biografia=1785&idf=5>)