

EL DISCO

Una historia que no termina de girar

El disco es cultura, advierten tímidamente las contratapas. De pronto fue así. La palabra cultura apareció en el mundo discográfico y pasó a ser rápidamente un eficaz elemento de presión. Hasta de presión psicológica, quizá la que encierra mayores sutilezas.

Sin embargo, la frase no participa de un hecho aislado. La música popular avanzó por carriles poco previstos en décadas anteriores y condujo a ejemplificar las obras con otro término, muy de moda ahora, pero además particularmente significativo: rescate. Sí, el rescate de las manifestaciones populares de origen folklórico, el descubrimiento musical de grandes poetas de la humanidad, el olvido de ese rechazo natural a todo lo que oía a extraño, fuera de época o supuestamente perimido.

Por distintos caminos surgió una saludable preocupación que llegó hasta los estrados comerciales.

Y éstos no se dejaron esperar.

En las declaraciones de los entrevistados de esta nota, usted observará que la calidad y el talento son dos factores de inquietud empresarial. O dos ejes principales para la concepción de los planes.

Con tal aclaración no emitimos un juicio de valor. Simplemente intentamos reflejar la necesidad actual de explicar las programaciones a partir de hechos culturales. Que efectivamente se cumplan o no lo demostrará en perspectiva la historia del disco.

Dos brechas hacen a esta mo-

derna industria: por un lado se trata de un producto comercial, por otro estamos frente a una expresión artística insustituible desde este siglo en adelante. Al menos en las condiciones hasta el momento previstas.

Folklore quiso dar, a través de los directores artísticos, un panorama de lo editado en este año y de lo previsto para 1977. Se preguntó, además, acerca del criterio empresarial para seleccionar intérpretes y repertorios. A esto se agregó lo sucedido en materia de ventas.

Como podrá apreciarse, lo que genéricamente llamamos folklore alcanzó cifras que, sin ser de ninguna manera prodigiosas, revelan la permanente aceptación del argentino de todo aquello relacionado con nuestra cultura musical.

A pesar de los altibajos y las dificultades económicas que sufrió la producción discográfica, hubo compañías —y no le extrañe, entre ellas varias de "las chicas"— decididas a emprender obras de jerarquía, a sabiendas de altos costos y conscientes que la recuperación no se agota en un año.

"Lo que hicimos en 1976 seguirá vendiéndose en 10, 20 ó 100 años", comentó un productor.

Más allá de lo bueno o lo malo, este esbozo sólo pretende dar la opinión de algunos de los responsables. Lamentablemente no pudimos conversar con todos.



ALBERTO FONTÁN

Global
Récords
Argentina

Para Alberto Fontán, de Global Récords, una compañía fundada hace un año, el criterio de

trabajo se resume en una palabra: talento. Abrir perspectivas a esos talentos de nuestro país que, en algunos casos, han sido postergados en sus posibilidades.

"Estamos convencidos de la calidad de estos grupos, por eso desde nuestro comienzo hemos elaborado un programa de impulso y de apoyo. Los resultados no se dejaron esperar. Hemos encontrado el eco de la gente a través de las ventas. Un eco bastante positivo, si consideramos que es un momento difícil para la industria.

Desde luego, cuando fundamos la compañía sabíamos que no íbamos a vender cantidades astronómicas. Sin embargo, a esta altura del año estamos muy contentos.

Por otra parte, en 1976 hemos incorporado a conjuntos como Anacrusa y Los Andariegos, además de Carmen Guzmán. Seguimos pensando que hay muchos talentos a descubrir. Primero trabajar lo de acá, después lo extranjero. Y no se trata de un nacionalismo barato, sino del reconocimiento de los valiosísimos intérpretes que aquí tenemos.

Nuestros próximos pasos incluyen varias obras integrales, siempre sobre temas folklóricos. Gustavo Leguizamón, Manuel Castilla, César Perdiguerro y Los Campas, entre sus autores e intérpretes.

¿El saldo de 1976?

Muy positivo. No nos quejamos en absoluto. Hemos ampliado el radio de acción —esto lo están logrando las empresas chicas— y se nos ha abierto un gran mercado externo. Toda Latinoamérica, menos los países limítrofes.

Desde otro punto de vista, el año marcó una necesidad: la de fortalecer el catálogo. Y aunque se produjo el paro de los músicos, nosotros seguimos grabando igual.

¿El porcentaje de nuestro material?

El 99% del material es argentino. Folklore y tango. El 1% restante pertenece a otros géneros y se divide entre argentinos y extranjeros. Hemos editado el 8% de la producción que tenemos. Continuaremos el año que viene e incorporaremos nuevas figuras importantes del folklore. Sus nombres aún no los puedo anticipar.

El mercado externo también seguirá en expansión. Corea del Sur, Hong Kong, Filipinas, se encuentran entre las zonas asiáticas.

En los planes se incluye la promoción de nuestros artistas en el extranjero. Todo lo que sea lícito y éticamente permitido. Además, hay que tener en cuen-

EL DISCO

ta los costos de una buena producción. La última de Los Andarriegos, por ejemplo, superó los 170 millones, de manera que la venta externa permite cubrir gran parte de los gastos. No nos olvidemos que el disco cuesta alrededor de 95 mil pesos al consumidor, lo que representa un considerable porcentaje de los ingresos.

Sin embargo, como decía, no nos quejamos de las ventas. Porque se trata de discos con intérpretes de calidad, con un público gustoso de determinada música.

¿Cuántos discos hemos grabado al mes?

Un promedio de cuatro.

COMERCIANTES Y REVENDADORES

DISTRIBUIDORA DOBLE HH

Independencia 4245 - Buenos Aires

EL MAS COMPLETO SURTIDO DE

- LIBROS
- REVISTAS
- LAMINAS DIDACTICAS
- POSTERS
- POSTALES
- CALENDARIOS
- BANDERINES
- ROMPECABEZAS
- CUADROS
- ARTICULOS PARA REGALOS

¡ESCRIBANOS!



JORGE CESAR ESPERON

TONODISC

¿Qué ocurrió en el 76? Habría que remontarse un poco a fines del 75 para hablar de lo sucedido durante este año. Al terminar el pasado año los costos de la industria discográfica se habían acrecentado y disminuido las posibilidades de fabricación.

Si había planes previstos, hubo que reверerlos en 1976. En aquellos últimos meses se sumaron varios problemas de producción que continuaron en los comienzos del 76.

Sin embargo, con el transcurrir de los meses retomamos nuestra verdadera programación. Con serenidad para planificar nuestras ediciones. Tanto así que a mediados de año se hicieron una serie de producciones demoradas.

No obstante las dificultades planteadas —entre ellas, el prensaje— no se perdió en ningún momento la continuidad con nuestros artistas. Por supuesto, aunque reanudamos nuestro ritmo, no alcanzamos a cubrir los programas específicos en marcha.

¿Las ventas?

La caída en las ventas no fue peligrosa ni alarmante, pero sí notable. A pesar de eso, se produjo.

¿Qué haremos en el 77?

Lo encararemos con la misma seguridad de siempre. No nos vamos a permitir libertades; es decir, concesiones al mercado. No lo hemos hecho nunca ni lo haremos. Pero vamos a ser más severos en nuestras exigencias ar-

tísticas. Los intérpretes están absolutamente de acuerdo con este criterio. Nuestro objetivo es lograr el sumum de autenticidad, sea el género que fuere.

Con esto quiero decir que no pensamos cambiar la línea aunque signifique un largo camino hacia el triunfo final.

Para el 77 estamos trabajando en un conjunto instrumental y vocal con proyecciones mundiales. No es, aclaro, una acotación vanidosa. Se trata de un grupo muy elaborado musicalmente, que está en la búsqueda de una estética nueva en folklore latinoamericano con proyecciones. La sorpresa del próximo año: Hugo Díaz. Pero no puedo anticipar de qué se trata. No es un artista que se arriesgue ni la empresa quiere arriesgar a un artista como Hugo Díaz. Por otra parte, tenemos cifradas muchas esperanzas en **Mauricio Marcelli**, un excelente instrumentista y, por sobre todo, tanguero y buena persona.

Regresando un poco a lo que decía acerca de 1976, **pienso que el receso de los músicos es cosa superada. Y de las cosas que se superan no puedo tener memoria. No podría decir si incidieron o no en la producción. Debo tener poco de ejecutivo...**

En otro sentido, quisiera señalar que la empresa mantiene y mantendrá en catálogo el material de real valor. Aunque algunos de ellos sean de venta restringida. Pero nos interesa tener en vigencia todas aquellas expresiones que consideramos modelos de lo que vino después. Esos ejemplos que, indudablemente, perdurarán por su valor. A esto se agregan los nuevos artistas que hemos incorporado —y que han grabado— en el correr de esta última temporada.



JOSE ANGEL BELLO
Emi-Odeón

No estamos sentados en un sillón todo el día, comenta **José A. Bello**, director artístico de Odeón. Los viernes nos reunimos los distintos productores y cambiamos ideas acerca de nuevos intérpretes o reediciones. Trabajamos en una forma sencilla pero entusiasta. Analizamos letras, los acompañamientos y las diferentes posibilidades de cada uno.

Para el año que viene tenemos previsto la reedición de un gran material que está agotado y que conforma el gran catálogo de la empresa. En tantos años de funcionamiento han pasado valores decisivos de nuestra música. De ahí la revisión y la creación de la serie "Recuerdos". Muchos de esos intérpretes grabaron en 78, como se sabe. Ya comenzamos este año y la incrementaremos en el 77. Algunos coleccionistas han colaborado sin cobrar absolutamente nada. Con esto se recuperarán numerosas obras importantes.

Desde otro punto de vista, la compañía tampoco bajó la producción de nuevos repertorios. A pesar de un extenso período

de suspenso debido a problemas con los músicos. Casi un año, para nosotros no tan drástico, puesto que trabajamos con varios meses de anticipación. Teníamos mucho material para cubrir la producción.

Tampoco bajó el nivel de ventas de música nacional. Nuestro éxito, precisamente este año, ha sido un disco folklórico: el de **Ramona Galarza y Tarragó Ros**. Y ya que nombramos a Ramona, es interesante señalar que con ella estamos preparando "La misa correntina", una producción en la que depositamos muchas esperanzas.

El criterio fundamental que nos rige es la fe en la calidad. Nuestro propósito básico radica en una labor de jerarquía que al fin nos beneficie a todos.

JUAN CARLOS MAQUEIRA

Redondel

Juan Carlos Maqueira, representante de la firma Redondel,

confirmó la tendencia de esta compañía: el rescate de los intérpretes del interior del país.

"En ese sentido —aclara— a las grabaciones que detallamos seguidamente se unirán otras producciones que tratarán de reflejar las inquietudes de los artistas y compositores del interior.

Nuestro criterio en la elección del repertorio, dice, contemplará la presentación de toda manifestación artística popular de valor prescindiendo de todo juicio de valoración comercial.

En el 76 hemos editado discos de música popular argentina y música de proyección folklórica. Entre estos últimos al pianista entrerriano **Guillermo Zarba** y al guitarrista **Walter Heinze**.

Para 1977 tenemos previsto el lanzamiento de distintos contenidos folklóricos: **Ramón Ayala**, **Arsenio Aguirre**, **M. Millán Medina** y la **Camerata Folklórica Misiones**, con un panorama de la actual música misionera."

SEGUNDO CASTRO

EL CHANGO SANJUANINO

Le desea a su querido público y amigos un feliz fin de año 1976. Y pide a Dios reciban un próspero y feliz 1977

DISCOS

AZALEA PRODUCCIONES

tiene el agrado de comunicar el lanzamiento del segundo L.P. N° 2976 de

SEGUNDO CASTRO,
"El Chango Sanjuanino",
con glosas de **PEDRO GARAY**

Solicítelo en
Río Cuarto 3070 - 37-1608/8595
Buenos Aires



TEODORO CUENCA

Para su
contratación:

Aranguren 422

BUENOS AIRES



ESTUDIO
DE CANTO

VOCALIZACION

RESPIRACION

IMPOSTACION

CLASES
INDIVIDUALES

YERBAL 80

TEL. 90-5748

BUENOS AIRES

EL DISCO

AQUILES GIACOMETTI

RCA Victor
Argentina

Lo que se hizo en 1976 está estrechamente ligado a la difícil situación por la que atraviesa la industria discográfica. **Las ventas han sido bastante problemáticas, y eso obligó a espaciar los lanzamientos,** comenta Giacometti.

No obstante, se editan discos de artistas que venden muy bien en sus respectivas zonas. Por ejemplo, **Los Hermanos Toledo**, de Santiago del Estero, el dúo **Acuña-Avalos**, del litoral, etc.

Se continúa trabajando con los artistas consagrados —Los Chalchaleros y José Larralde, entre otros— y con este grupo de intérpretes zonales.

Se notó asimismo en este año **una persistente aceptación de los discos de reposiciones,** temas que habían sido retirados del catálogo y retornaron a él.

Respecto a los nuevos valores la empresa, efectivamente, está atenta a los jóvenes con posibilidades.

Esto sobre el folklore. Algo parecido sucedió con el tango.

¿Número? Editamos **34** placas folklóricas y **18** de música típica.

CHANY INCHAUSTI

CBS Columbia

Aún no tenemos las estadísticas precisas de 1976. El 84 % del año 75 era de autores y compositores nacionales. De eso, el 44 % estaba dedicado al folklore, un 33 % a la llamada "música moderna", temática infantil alrededor de un 4 %, y el resto pertenecía al tango. Este año podemos anticipar, sí, que se mantuvieron casi los mismos porcentajes.



—¿Cómo anduvo el mercado de lo folklórico?

—**Muy bien. Es la faceta que menos impacto tuvo en materia de recesión de ventas a partir de mediados de año.** Porque es lo que denominamos venta de catálogo. Aparte, desde luego, de los éxitos folklóricos que se obtuvieron. Algunos discos tuvieron ventas excepcionales. De todos modos, la venta de lo folklórico siempre es pareja. Al que le gusta el género no le afecta la situación económica que pueda tener. **Sigue apoyándolo en forma permanente.** Por eso es que su nivel de venta, teniendo en cuenta años anteriores, no bajó en ningún momento.

—¿Ocurrió lo mismo con el tango?

—No. Lo que denominamos folklore se vendió mucho más. Pero no es una cuestión opcional. Oponer folklore y tango es ridículo. El tango es uno de los tantos aspectos que componen la música nacional.

—¿Para la compañía siempre fue importante mantener e impulsar el folklore y el tango?

—Sí. Y desde hace cinco años ha tratado de aumentar los porcentajes de lo que el país produce. Hablo de la cantidad de ediciones que se han hecho. Por un interés de la empresa de apoyar lo argentino. Generalmente hay tres productores de material de música del país.

No se ha editado mucho de música latinoamericana. En ese sentido han hecho más los restantes países de América por el folklore argentino, que nosotros respecto de su folklore. Un poco por falta de interés del consumidor.

—¿Cuál es el criterio editorial para la selección de materiales?

—La calidad, en principio. Que los conjuntos de carácter regional, por ejemplo, sean un fiel reflejo de lo auténtico que representan. Tratamos que los

INFORME DE PATRICIO VEGA LOPEZ

Gerente artístico nacional de Odeón

DISTRIBUCION DEL ELENCO NACIONAL VIGENTE:

- 11 % solistas y orquestas de música típica.
- 35 % solistas y conjuntos folklóricos (incluidos litoraleños).
- 54 % solistas y conjuntos modernos y/u otros repertorios.

PORCENTAJE DE PUBLICACIONES EN 1976:

FOLKLORE: Simples: 25 % del total. Dobles Duración: 78 %.
L.P.: 48 %.

TÍPICA: Simples: —. D.D.: 22 %. L.P.: 11 %.

OTROS REPERTORIOS: Simples: 75 %. D.D.: —. L.P.: 41 %.

Estas cifras involucran solamente a los artistas ligados actualmente con un contrato a la empresa. No incluye las publicaciones de artistas de valor permanente de nuestro catálogo que tuvieron L.P. en 1976, tales como RODOLFO BIAGGI, TROVADORES DE CUYO, JULIO DE CARO, y 20 L.P. de artistas varios en la serie "PAMPA".

PERSPECTIVAS 1977:

- Continuar desarrollando la Serie "Recuerdos".
- Lanzamiento de la Serie "El Arcón" (Primera publicación en Long Play desde su aparición en 78 rpm. Canaro, J. Vidal, Hugo Díaz, etcétera).

SUCESO DE VENTAS 1976:

El L.P. "LOS GRANDES DEL LITORAL", de RAMONA GALARZA con TARRAGO ROS, que se mantiene al tope de nuestro ranking, superando a artistas populares de los denominados "Pop".

PUBLICACIONES QUE HEMOS CONSIDERADO DESTACADAS:

"Noches de San Telmo", OSVALDO PUGLIESE - "El Tango es Tango con...", RUBEN JUAREZ - "Nostalgias", SEXTETO MAYOR - "Tiempo de Serenata", LOS INDIOS TACUNAU - "En tu Homenaje Mujer", ARGENTINO LUNA.

NUEVOS ARTISTAS:

HERNAN SALINAS (tango), JORGE ROJAS (folklore), ROSSANA FALASCA y FRANCISCO LLANOS.

MERCADO EXTERIOR:

Gran repercusión en Japón del L.P. "Palmeras", de CRISTINA Y HUGO, con acompañamiento de orquesta dirigida por CARLOS GARCIA. Este L.P. será publicado en Ecuador, Colombia, Chile, México, España y EE.UU. - Uruguay, Perú y Colombia siguen demostrando su interés por la música argentina y lo confirman la solicitud de cintas de los discos de SEXTETO MAYOR. INTI SUMAJ, además de los ya nombrados anteriormente.

NUEVAS CONTRATACIONES:

Conjunto folklórico: LOS FORASTEROS, Dúo BARBEITO-BALAGUER (cuyano), RAUL GARELLO y ARMANDO MORENO.

AUTORES Y COMPOSITORES:

Nuestra política es la de una permanente apertura hacia ellos, ya que los consideramos pilares fundamentales para sostener la música nacional. - Asistimos al último Festival de la Nueva Canción del Litoral (en Corrientes) y solicitamos autorización para grabar 17 de las obras presentadas. - Invitamos por este medio a que nos acerquen su producción a fin de engrandecer aún más nuestro acervo folklórico.

OSCAR MATRELLA PRODUCCIONES

Saluda a los lectores de FOLKLORE al finalizar 1976, y al desearles un próspero y feliz 1977, tiene el agrado de presentar a su elenco exclusivo:

LOS CHANGOS
DE ANTA

DAMASIO
ESQUIVEL

LOS YUNTA

LOS VIAJEROS
DEL NORTE

(Conjuntoailable)

CARLOS
ROMERO

y

JULIA
SUSANA

Lavalle 1566,
3er. Piso "A"
Tel. 49-2708
Buenos Aires

EL DISCO

temas sean buenos y de buenos autores. Y si podemos arrimar algunos, lo hacemos. **Sabemos que la buena música siempre va a vender.**

El éxito de venta se logra a través de la regularidad y la permanencia. Ese es nuestro criterio.

Nuestra experiencia es que a la corta o a la larga el buen producto obtiene excelentes resultados. Un producto que no tiene calidad ni espontaneidad, ni ninguna relación con la verdadera música argentina, difícilmente se imponga en el mercado.

Hay que tener en cuenta que seis años atrás en esta compañía había siete u ocho artistas folklóricos. En este momento hay 25.

En cuanto a los porcentajes de ventas, aún no se tienen los de este año.

¿Planes especiales para el año que viene? En principio, seguir la línea que hemos trazado y la incorporación de esos intérpretes representativos. Entre ellos, **Antonio Agri**. Un esfuerzo bastante grande de ambas partes.

Y si hablamos del mercado que tenemos en el extranjero, hay que considerar algunas publicaciones hechas: Los Trovadores, Las Voces de Orán, Jorge Cafrune, entre otros.

Si durante este año hubo mayor cantidad de ediciones extranjeras, se debió a una circunstancia muy especial que incidió en la industria discográfica. Los músicos que acompañan a los intérpretes —no los folklóricos, si no los de "música popular en general"—, no grabaron durante casi un año. Eso repercutió a tal punto que muchos artistas no pudieron grabar a raíz de la falta de acompañamiento. Fue una de las causas. Otra puede haber sido la apetencia del público por ciertos discos extranjeros. Alrededor de este punto es posible hacer variadas consideraciones que, junto a los imponderables, juegan en las preferencias de la gente.



Santos Lipesker Phonogram

El problema de las grabadoras, al menos el de este año, fue general. Quiero decir que no sólo nos afectó a nosotros exclusivamente. Creo que el factor determinante ha sido el cambio de la moneda. En general, los intérpretes han buscado lugares donde puedan ganar mejor. Hay quienes fueron a tentar suerte y otros que han ido con contratos desde aquí. Al menos eso ocurrió en Phonogram. España y México fueron la meta de la mayoría.

Respecto de la primera pregunta, lo hecho por nosotros este año, **pienso que es importante recalcar que hemos sido siempre la empresa líder en materia folklórica.**

En estos momentos tenemos dos valores que recién surgen: **Carlos Moreno**, en tango, y **Angela Irene**, una pampeana que hace folklore. Posiblemente la tome a su cargo Ariel Ramírez. Estoy hablando de la gente nueva.

Después están nuestros artistas de siempre. Entre ellos **Los Cantores del Alba**, que han sido un hit impresionante este año con su disco de canciones mejicanas. Los Tucu-Tucu también andan muy bien. Lo mismo ocurrió con la última placa de Ramírez. Y ni hablemos de Landriscina. Los Visconti, por su parte, siguen teniendo su público comprador.

—¿Mantienen la misma venta de siempre?

—Le contesto con lo siguiente: **ya nadie vende como antes, pero cada artista tiene su propio público. En términos generales, sí, la venta ha bajado un poco. Y el disco, dentro de todo, no es caro. Con dos kilos de carne paga un disco. Mientras que la carne se consume inmediatamente, el disco le puede durar toda la vida. En Europa el disco cuesta alrededor de ocho o nueve dólares, algo como 200 mil**

pesos argentinos. Dentro de todo no es el disco un producto tan costoso.

Para el 77 es difícil aún vislumbrar lo que sucederá discográficamente. Estamos a la "pesca" de artistas importantes. Pensando también en el exterior. Cacho Castaña, por ejemplo, ha vendido estupendamente en el mercado extranjero. Me refiero al latinoamericano, puesto que al europeo es muy difícil acceder.

—De todos modos, ¿ha sido importante la producción de la empresa en este año?

—Sí. Se ha hecho bastante. Tenemos en vista también un gran trabajo con Falú y la Camerata Bariloche.

—¿La preocupación principal de ustedes?

—**Nuestros artistas. No nos interesa el hit del momento. Los tenemos, como todos, eso es irremediable. Pero a mí, como director artístico, me interesa más un artista de largo alcance que aquél del "boom" inmediato. Cocomarola y Montiel, por ejemplo —lamentablemente desaparecidos—, venden una barbaridad. Y tenemos otro actualmente, en el que había puesto todas mis fuerzas y mi voluntad, Nino Bravo.**

Es el número uno de nuestras ventas.

—¿Conviene económicamente editar cintas de artistas internacionales?

—Philips es una multinacional, de manera que edita discos de otras filiales del mundo. Nosotros hemos sacado discos de artistas de primerísima calidad. **En ventas yo diría que sale un 50 % de repertorio nacional y un 50 % internacional.**

Desde otro punto de vista, nos afectó un largo paro de los músicos, del que recién estamos saliendo. Casi un año. Por eso no se pudo hacer lo suficiente. Ahora recién empezamos a trabajar fuerte.

Estamos pensando los planes para el 77. Mientras tanto nos preparamos para la venta de fin de año.

Hay sí un punto de partida incuestionable: **nuestra preocupación por el folklore, que hace al origen de esta compañía, permanentemente ligada a la música nacional. Una demostración fue "La misa criolla", que sigue vendiendo en los cinco continentes como el primer día. También continúan saliendo todas nuestras obras integrales.**