



Instituto de Ciencias Económico-Administrativas

Licenciatura en Mercadotecnia

TESIS

“El negocio distante del amor al arte; México un mercado ascendente en una industria desafiante”

Que para obtener el grado de
Licenciado en Mercadotecnia

Presenta(n):

Miguel Ángel Félix Sánchez

Director de Tesis:

L.A. Héctor Aarón Cruz Quiroga

Pachuca de Soto, Hidalgo; Mayo del 2024



MTRA. OJUKY DEL ROCÍO ISLAS MALDONADO
DIRECTORA DE ADMINISTRACIÓN ESCOLAR,
P R E S E N T E.

Con fundamento en los Artículos 1° y 3° de la Ley Orgánica y el Título Quinto, Capítulo II, Artículo 114, Fracción X y XI del Estatuto General, así como en el Título Cuarto, Capítulo I, Artículos 40 y 41 del Reglamento de Titulación, ordenamientos de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, el jurado del examen recepcional ha revisado, analizado y evaluado el trabajo titulado **"EL Negocio Distante del amor al Arte; México un mercado Ascendente en una Industria Desafiante"**, presentado por el C. MIGUEL ÁNGEL FÉLIX SÁNCHEZ, con número de cuenta **351836**, de la LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA, otorgando el voto aprobatorio para extender la presente:

AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

Por lo que el sustentante deberá cubrir los requisitos de acuerdo al Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, en el que sustentará y defenderá el documento de referencia.

A T E N T A M E N T E
"AMOR, ORDEN Y PROGRESO"
San Agustín Tlaxiaca, Hgo., a 1 de julio de 2025

EL JURADO

DR. JUAN GABRIEL FIGUEROA VELÁZQUEZ
PRESIDENTE

MTRA. ANA ELIDA VARGAS GUTIÉRREZ
SECRETARIO

MTRO. HÉCTOR AARÓN CRUZ QUIROGA
PRIMER VOCAL (DIRECTOR DE LA TESIS)

MTRO. ISAAC DAVID ALFARO GUERRERO
SUPLENTE

Vo. Bo.

DRA. ARLEN CERÓN ISLAS
DIRECTORA

c.c.p. Coordinador de Titulación del ICEA.
Líder del Cuerpo Académico
Coordinación del programa educativo
Egresado

Circuito la Concepción Km 2.5, Col. San Juan
Tilcuautla, San Agustín Tlaxiaca, Hidalgo,
México; C.P. 42160
Teléfono: 771 71 72000 Ext. 4101
icea@uaeh.edu.mx



**WORLD
UNIVERSITY
RANKINGS**



**Times
Higher
Education**



DEDICATORIA

La presente tesis se la dedico a mi familia que en todo momento me brindo de su apoyo y a mis amigos que fueron parte de este proceso de crecimiento y desarrollo personal.

AGRADECIMIENTOS

Mi eterno agradecimiento a todas las autoridades educativas que ayudaron en parte de mi formación de estudios, a la coordinadora Irma Hernández Aranda, a mis docentes Omar Guerrero Hernández, Carlos Iván Rosales Brito y Erick Arturo Olvera Bautista que con su forma de enseñar ampliaron mi curva de aprendizaje y en especial al maestro Héctor Aarón Cruz Quiroga por ser un excelente guía para poder llevar a cabo este trabajo y culminarlo de la mejor manera posible, además de a Luis Miguel Olguín y Gerardo Córdova de Guacamaya Records y Hugo Antonio Rodríguez García de Estudio 22 por su cooperación en las entrevistas.

CONTENIDO

ÍNDICE

RESUMEN	1
PRESENTACIÓN	2
CAPITULO 1.....	3
PROBLEMATIZACIÓN	3
Problema de investigación	3
Justificación de la investigación	4
Objetivos de la investigación	4
Preguntas de investigación	5
Hipótesis y premisas de investigación.....	5
CAPITULO 2.....	7
ESTADO DEL ARTE	7
CAPITULO 3.....	51
MARCO CONTEXTUAL	51
CAPITULO 4.....	54
MARCO TEÓRICO	54
CAPITULO 5.....	99
METODOLOGIA	99
CAPITULO 6.....	105
RESULTADOS Y CONCLUSIONES.....	105
Resultados	105
Discusión	112
Conclusiones	114
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	116
Bibliografía	116
ANEXOS	124

RESUMEN

El principal objetivo de esta investigación es exponer a los artistas locales emergentes la información necesaria para que puedan desarrollar un proyecto artístico independiente que pueda perdurar en la industria comenzando por captar la atención de un mercado local, por lo que mediante una ardua investigación en artículos, páginas web y reportes estadísticos se le ha dado forma a un trabajo que fue complementado por la opinión y punto de vista de expertos en la industria musical a través de entrevistas a profundidad con variables cualitativas donde los participantes pudieron extenderse en sus respuestas tanto como ellos consideraran oportuno, para que como resultado contribuyeran a la recolección de datos muy específicos que les ahorraran tiempo y recursos a quienes apenas se van adentrando en este ramo del entretenimiento, el método de muestreo utilizado para esta investigación ha sido por conveniencia no probabilístico y no aleatorio tomando en cuenta los distintos factores que dificultaban conseguir el contacto y la total disposición de los entrevistados para destinar poco más de una hora de su tiempo a realizar su significativo aporte a este proyecto. Gracias a esto aumentará el índice de personas que verán factible el intentar hacer de su pasión por la música una fuente de ingresos segura para su desarrollo económico. Y es que sorprendentemente dentro de esta investigación se encontró como resultado que muchas veces los proyectos artísticos independientes carecen de compromiso por parte de sus integrantes lo que causa menor probabilidad de reconocimiento por parte de su mercado potencial, otro factor que consideran los productores importante para abrirse camino en la industria son los contactos en todas las áreas que se pueda para obtener una mayor visibilidad en el medio, las palabras de los expertos fueron; “En la industria musical 50% de tu éxito será aportado por tu esfuerzo y dedicación y el otro 50% se verá reflejado por los contactos que tengas”, esto le deja claro a cualquier artista que en la actualidad el talento y la buena música no es suficiente ya que también es necesario apoyarse de colegas del rubro, más aún cuando la amenaza de la inteligencia artificial evoluciona sin control y provoca que muchas de las labores realizadas por especialistas del audio que llevan muchos años perfeccionando sus técnicas de trabajo se vean adelantados por una tecnología que no hace nada más que mejorar con el pasar del tiempo y obliga a muchas personas a próximamente adaptar un rol distinto en el rubro musical.

PRESENTACIÓN

En este trabajo se abordan los temas sobre la actualidad de la industria musical mexicana analizando elementos específicos que han impactado al sector como la adopción de nuevas herramientas de comercialización y distribución, así como los distintos agentes que intervienen activamente en este ecosistema como lo son la propiedad intelectual, el contexto social e histórico que influye en los patrones de consumo de los usuarios de plataformas de streaming, el papel que han tomado los avances tecnológicos reemplazando al factor humano así como también aspectos legales que aplican en cada apartado de los registros de grabaciones, marcas, contratos y eventos en vivo. Este proyecto nace con la intención de que a mediano plazo el autor pueda formar su propio sello discográfico para impulsar a artistas locales mexicanos llevando a cabo labores de manejo y producción de proyectos musicales. Esta investigación tiene el potencial de convertirse en una fuente de información crítica que sea la diferencia entre un proyecto exitoso y uno sin base alguna, brindando conocimiento de valor que puede ser usado como una obra de consulta para los profesionales dentro del sector, pero más específicamente por los músicos y artistas emergentes mexicanos que tienen la meta de compartir su propuesta musical con un mercado masivo que no ha sido aprovechado de la forma correcta para que México sea reconocido como el país con mayor diversidad y reconocimiento musical dentro de la industria, todo esto debido a la falta de conocimiento sobre las herramientas de las que gozan hoy en día los nuevos artistas. Este trabajo de investigación tiene como protagonista al mercado mexicano y el comportamiento de consumo de los usuarios de plataformas de streaming de música digital que en los recientes años ha sido de los cambios con mayor impacto dentro de la industria alterando los métodos tradicionalmente usados para impulsar la carrera de los artistas con más recorrido en el medio artístico.

CAPITULO 1

PROBLEMATIZACIÓN

Problema de investigación

La industria musical en México es una de las tantas constantes donde el talento no es un recurso suficiente para consolidar un proyecto musical a largo plazo, quienes intentan formar parte de esta disciplina encuentran dificultad para avanzar en ella o se dejan vencer por la abrumadora naturaleza del negocio, la realidad en el país es que los músicos y artistas emergentes buscan el financiamiento de una disquera sin el previo conocimiento de lo que esto implica para su carrera, indiferentemente estas personas que dedican gran parte de su tiempo a dominar un instrumento o la creación de canciones se verán obligados a salir de su zona de confort y adentrarse en la competencia por captar la atención de las nuevas audiencias, en el mejor de los casos estos artistas terminaran compartiendo su arte en eventos locales con un mínimo de exposición, inevitablemente este sector del entretenimiento se ha convertido en una carrera de resistencia más que de amor al arte. Que los artistas emergentes puedan obtener ingresos para sustentar su proyecto musical no es un escenario realista dentro de la población mexicana y para la comunidad de Latinoamérica en general, esta clase de factores son los de mayor influencia que como principal consecuencia obtienen que en México sean escasos los representantes de la industria musical que puedan crear un impacto cultural para motivar a las instituciones gubernamentales a elaborar programas dedicados apoyando el arte local, porque eso sí, en la actualidad el dominio de los artistas angloparlantes es aplastante estadísticamente hablando por lo que existe una gran brecha para que globalmente puedan ser comparados los artistas mexicanos con aquellos que tienen una mayor facilidad para dominar los rankings de popularidad y ser nominados a grandes reconocimientos emitidos por las instituciones especializadas en evaluar el desempeño de las obras fonográficas en determinados periodos.

Justificación de la investigación

Este trabajo de investigación pretende recolectar la información más relevante y accesible para todos aquellos artistas emergentes de nacionalidad mexicana que busquen formalizar su proyecto musical en un contexto local adaptando su concepto artístico a las tradiciones y costumbres de la población en general para obtener el reconocimiento y apoyo necesario para que estos puedan encontrar la forma de hacer de su pasión una fuente de ingreso estable

Todo esto con el propósito de que en el futuro exista una oferta mucho mayor y más variada de música proveniente de México, ya que es muy bien sabido que actualmente el género catalogado como regional mexicano y el mariachi son los tipos de música que mayormente asocian personas de otros países con el territorio nacional. Además de que investigaciones como esta incentivan a la población joven en prestarle más interés a temas de arte y cultura que claramente promueven la diversidad en el país.

Objetivos de la investigación

Identificar cuáles han sido los cambios dentro de la industria musical que han modificado las formas de distribución y promoción de los artistas y como estos se han visto beneficiados o afectados por la era digital.

Analizar el flujo de trabajo que se lleva a cabo dentro de los estudios de producción en México que permiten a los artistas destacar por sobre otras propuestas musicales.

Establecer la dirección que debe tener cada proyecto dependiendo del poder económico con el que cuenta el artista para saber en cuanto tiempo puede llegar a ser rentable.

Interpretar las áreas de oportunidad para los nuevos artistas en cuanto a la promoción de su proyecto buscando donde encajar su propuesta dentro de la escena musical en México.

Preguntas de investigación

¿Cuáles han sido los principales beneficios para los artistas emergentes con la nueva era de la distribución digital?

¿Cuál debe de ser el presupuesto mínimo con el que debe contar un artista para poder iniciar su carrera en la música?

¿En cuánto tiempo puede el artista esperar obtener un retorno de inversión que le permita vivir de la música?

¿Cuáles son las mejores prácticas para que el artista pueda aspirar a formar parte de una disquera?

¿Qué cambios se esperan dentro de la industria musical y las disqueras en los próximos 5 años?

¿Qué papel juegan las plataformas digitales dentro de la carrera de los artistas emergentes en México?

Hipótesis y premisas de investigación

Los argumentos que han sido tomados en consideración para la elaboración de las premisas dentro de esta investigación son provenientes del conocimiento previo adquirido por el autor al haber realizado una tesina titulada “Proceso de lanzamiento de artistas independientes en plataformas digitales”.

Los proyectos musicales emergentes en México no son sostenibles por la falta de oportunidades e infraestructura que impulse este sector.

La apariencia de los artistas está totalmente relacionada con su probabilidad de éxito.

El primer contacto musical que tienen los niños a temprana edad define su gusto musical dominante.

El siguiente género dominante a nivel global volverá a ser la música electrónica.

El carisma que pueda tener el artista en persona con el público es el factor más determinante para conseguir apoyo de sus seguidores.

El público valora la técnica vocal por sobre las demás habilidades del artista.

Los artistas que estudian en una universidad especializada en música tienen mayor probabilidad de éxito que los que no.

Los proyectos musicales no son formalizados por la falta de recursos económicos.

Los productores e ingenieros de audio son los que más dinero necesitan para consolidar una carrera en la industria.

Ningún artista puede ser rentable en sus primeros 18 meses de existencia.

Los cantantes y productores son los que más oportunidades tienen de vivir de la música, a diferencia de los músicos, compositores y arreglistas.

CAPITULO 2

ESTADO DEL ARTE

INTRODUCCIÓN

Para los artistas emergentes tener conocimiento sobre el manejo que se lleva a cabo dentro de la industria musical puede ser la gran diferencia que los separe de una carrera a largo plazo o quedarse en el camino, no muchos le dan la importancia que debería y se dedican exclusivamente a la creación de sus canciones y hacen el intento fallido de llevar su música a nuevos oyentes, en la mayoría de los casos sin un éxito aparente.

Y esto como consecuencia trae consigo que los artistas nuevos sean ajenos a temas como las estrategias de marketing para la distribución musical en las plataformas de streaming, el nulo conocimiento de aspectos legales que incluyen cosas como las regalías, derechos de autor, registros de composición y muchas otras cuestiones que a día de hoy son indispensables para que un proyecto musical pueda ser considerado con seriedad.

Las áreas que se han definido como prioritarias para todo artista que quieren consolidar un proyecto musical que prevalezca en tiempo son; la industria musical como punto de partida para el análisis y la ejecución de estrategias que puedan brindarle mayor alcance a la música del artista, el estudio de las plataformas de distribución con sus mecanismos popularmente conocidos como “algoritmos” que pueden potenciar el proyecto de un artista si este se atiene a los lineamientos que marcan como indispensables y por ultimo pero más importante a un mediano plazo, las maneras de capitalizar un proyecto artístico para que los ingresos por ejecución publica, reproducciones y presentaciones en vivo puedan ser el sostén del proyecto y el artista lo único que tenga que hacer es dedicarse a crear música la mayor parte del tiempo.

En los tiempos modernos ningún artista puede prescindir de estas áreas del ya conocido negocio de la industria musical y es que no es estrictamente necesario que el artista deba dominar todas estas cuestiones por sí solo, pues hay una extensa variedad de profesionistas que complementan en menor o mayor forma el impacto que pueda tener un proyecto musical debido a los conocimientos técnicos, de relaciones sociales o puramente artísticos.

La relevancia de esta investigación recae en la creciente tendencia sobre las personas que actualmente pueden tener acceso a herramientas de software especializado que les permite emular genuinamente la experiencia de estar en un estudio de producción musical, pues como es bien sabido anteriormente era impensable que una persona común pudiera parar un pie dentro de estos lugares, pero actualmente con el avance de la tecnología no basta más que con descargar un programa de uso gratuito y empezar a tomar clases en plataformas como YouTube para comenzar a entender este mundo de la creación musical.

INVESTIGACIÓN (ANTECEDENTES)

Para la elección de los documentos consultados en este trabajo se ha realizado una ardua búsqueda de publicaciones recientes no mayores a cinco años debido a la naturaleza de la industria y lo cambiante que esta ha sido debido a factores externos, además para tener mayor certeza en cuanto a la información contenida en estos documentos, se ha optado por priorizar las publicaciones emitidas por instituciones pertenecientes al ramo de la industria y a trabajos expedidos por bases de datos académicas como han sido algunos trabajos para la obtención de grado, de master y artículos pertenecientes a las mismas plataformas protagonistas de esta investigación.

1. El crecimiento de la industria

El primer reporte musical en México del 2022 recolecta los acontecimientos más importantes en la cadena de valor de la música, donde el consumo entre las plataformas y redes sociales ha generado un flujo económico circular nunca antes visto, el horizonte de la música grabada y producida en nuestro país es bastante extenso y considera un mercado de 130 millones de escuchas potenciales, es el más grande dentro de la lengua hispanohablante ocupando el puesto número 15 de acuerdo al ranking global del IFPI, el perfil del consumidor no solo escucho música durante más tiempo, sino que sus gustos evidenciaron ser bastante diversos, estas personas mostraron un gran cambio durante el período de pandemia privilegiando el consumo de música a través de nuevas plataformas de distribución. (Música México, 2022)

Se multiplicaron las dinámicas sociales que permitieron compartir su música a través de interacciones y retos interpersonales, la industria musical como cualquier negocio ha requerido de adaptación más de una vez a grandes cambios, así como hace un parte décadas

por la irrupción digital se terminó concentrando en las plataformas de streaming y hoy en día la industria se encuentra ante una época de cambios hacia nuevos modelos de monetización, distribución e interacción con sus consumidores.

El acceso a la música mediante medios masivos digitales trastocó el proceso de formación de los equipos del trabajo para el crecimiento de artistas con un enfoque hacia lo local, si bien he sabido que los sellos y las agregadoras tienen mayores presupuestos a diferencia de un artista independiente el poder escoger quiénes son tus aliados y proveedores generan un beneficio mayor a los artistas.

Uno de los cambios más importantes se encuentra en la interacción con la audiencia y el nuevo papel que esto juega en las etapas de creación de la música, su difusión y comercialización, el fenómeno más evidente de esto es la red social Tik Tok que a través de sus videos cortos crean trends para que los influencers con mayor relevancia los puedan recrear fácilmente y así es como las canciones ultimadamente han conseguido notoriedad sin tanto esfuerzo.

Aunque uno de sus problemas descubiertos en los conciertos es que muchas de las personas solo se saben 15 segundos de la canción que fue el pedazo de música que se hizo famoso por los TikToks y los artistas encuentran un desconcierto porque no toda su audiencia se sabe las canciones completas, todo esto ha logrado un costo beneficio que supera de manera notoria la promoción tradicional. (Tiktok, 2021)

Esta alteración entre fans y artistas también ofrece nuevas oportunidades para los conciertos en vivo de hecho las plataformas como Amazon music y Apple music han ofrecido conciertos virtuales donde gracias a una exclusiva con el artista puede generar un mayor engagement por la cercanía que esto desarrolla, el marketing digital se ha vuelto el espacio donde la mayor parte de la promoción de la música se realiza porque además permite medir la comunicación no solo geográficamente sino por nichos de interés a escala global.

El acceso a la música ya no depende del poder adquisitivo de los consumidores lo que ha abierto las puertas a una mayor audiencia y decenas de millones de usuarios se han convertido en consumidores fieles de la música ya que los servicios premium están disponibles a costos

accesibles y estos no limitan la cantidad de artistas o música que puedas escuchar. (Eleconomista, 2022)

Según reportes mundiales la audiencia mexicana consume mucho y de todo en lo que respecta a la música es fácil observar que la cantidad de los conciertos en el país y festivales han experimentado un aumento notorio el desarrollo de esta industria en México ha ido de la mano de la urbanización y el crecimiento demográfico en el país esto se traduce en las plataformas digitales y en un interés más evidente en los eventos presenciales.

El país ha demostrado estar a la altura de la demanda de espectáculos de calidad y ofreciendo las condiciones necesarias para la producción y cabida de un evento con la participación de tantas personas uno de los ejemplos más acontecimientos en el pasado año fueron las ocho presentaciones que Coldplay realizó en México las cuales hicieron uso de tecnologías de punta para ofrecer una experiencia única a sus asistentes como lo fue el uso de pulseras luminosas rítmicas.

Además la diversidad cultural en México está reflejada en su consumo pues las tendencias y estratos de su sociedad impulsan a las grandes estrellas del pop y recientemente han mostrado su apoyo a los artistas del regional mexicano y la escena urbana vale la pena mencionar que este crecimiento también se ha debido a el apoyo de las personas hispanohablantes que viven en Estados Unidos pues no se puede negar que la cercanía de México con la economía más importante del mundo ha sido de gran ayuda para permitir abrir estas puertas.

Algunas de las denominadas ciudades musicales son las que están produciendo música y estructurando su industria local son Tijuana, Hermosillo, Monterrey, Aguascalientes, Guadalajara, Querétaro, Ciudad de México y Puebla. Estudios reflejan que México es el tercer país más grande en Latinoamérica El séptimo país con mayor diversidad lingüística del mundo tiene el onceavo lugar en el país más poblado del mundo y el lugar número trece en el país más extenso del mundo, qué lo vuelven un punto clave para la influencia de mercados a nivel global para la industria musical. (Manuel Lopez, 2022)

La música grabada y producida México ha tenido una gran variedad de formas de consumo desde formatos físicos como el CD, el vinilo y el cassette resurgiendo como un objeto de

nostalgia además de que están sincronizados a la venta de formatos digitales pero el crecimiento de esta industria se ha mantenido por el streaming en el 2021.

Este modelo concentra el 94% total de los ingresos según datos de la federación internacional de la industria fonográfica, continuando con las tendencias mundiales y el efecto de la pandemia que orilló a los artistas a concentrarse en la creación y el lanzamiento de nueva música diariamente, a consecuencia de la producción el consumo también representa resultados sobresalientes en todos los géneros aunque los que han tomado más fuerza fueron los corridos y el sierreño superando incluso al género urbano y el pop. (Vicente, 2021)

Este comportamiento ha acrecentado el valor estratégico de nuestro mercado superando fronteras por una gran cantidad de personas en Estados Unidos y Canadá que respaldan estos géneros así como a lo largo y ancho de Latinoamérica y con un número creciente de usuarios en Europa y Asia lo que descubre un potencial sin precedentes, se estima que al día son publicadas más de 70,000 canciones subidas desde diferentes partes del mundo y esto envuelve un reto más grande a los artistas y productores independientes los sellos discográficos, agregadoras y majors.

Esta capacidad de versatilidad y adaptación es algo que Guillermo González King director de AMPROFON resalta y señala que ha sumado a la posibilidad de ofrecer un servicio integral desde booking o marketing hasta publishing y grabaciones pues según él ellos pueden hacer este trabajo a un menor costo y de una manera más eficiente con su equipo de trabajo personal, cada vez se volverá más común ver acuerdos entre artistas y sellos con condiciones diferentes tal es el caso de la firma de Gera MX con el grupo de Sony music México para el cual no se firmó un contrato de exclusividad tradicional sino que fue un híbrido entre distribución licencias regalías, etc.

Fungiendo así más como un socio del sello que un artista en su propiedad, en cuanto a la búsqueda de talento que ha sido una labor cada vez más requerida por la industria las recomendaciones directas los análisis en las plataformas y la ayuda de herramientas como la inteligencia artificial son cosas a tomar en cuenta por parte de un artista cuando está buscando que un sello discográfico lo ayude, algunas de las actividades clave para conseguirlo sería identificar las diferencias del comportamiento de los sencillos de un género o subgénero musical específico, así como también la relación entre un artista con su concepto dentro de

su nicho musical determinando la edad, los ingresos, los intereses y el impacto que genera en su segmento destinado, en cuanto a la distribución de ingresos.

Según datos del IFPI México aporta prácticamente el 30% en cuanto a recaudación de regalías en todo Latinoamérica siendo esta que por primera vez llegó a los mil millones de dólares en cuanto ingresos por canal de distribución pues es la segunda región con mayor crecimiento en el mundo y según un informe de recaudaciones mundiales realizado por la CISAC México tiene el porcentaje más alto de ingresos por regalías digitales superando a países como Australia, Corea del Sur, Canadá y Reino Unido con el 75.3%. (Ponce, 2022)

2. Los géneros musicales en México

El impulso que la industria muestra a nivel local para los artistas mexicanos ha sido clave para que sean los representantes de los géneros pertenecientes al país pues El regional mexicano ha sido uno de los más reconocidos últimamente pues tuvo más de 39,000 millones de reproducciones en el mundo en la plataforma de Spotify además de que ha ido adquiriendo nuevos mercados en América Latina y puntualmente en Guatemala, Honduras y Colombia.

La generación z es uno de sus mayores consumidores pues de todas las escuchas del género mexicano El 40% lo representan jóvenes de entre 18 y 24 años de edad, los corridos son un subgénero que ha ganado popularidad en los recientes años de hecho en los últimos 5 años ha crecido un 91% a nivel global para conquistar Los 24,000 millones de escuchas en Spotify en el año 2021. (Pascua, 2021)

Se tienen datos interesantes como que la música mexicana aumentó un 29.4% de escuchas en artistas mexicanos de todos los géneros así como también 66 millones de usuarios no pertenecientes a México escucharon la música regional por primera vez en 2021, también se tiene información en la que se cuenta con 17,630 colaboraciones entre algún artista internacional con artistas mexicanos, en cuanto al crecimiento de streams y la fama de los subgéneros se tiene que los corridos, el sierreño, el norteño, la banda grupera, la banda y el mariachi han tenido un crecimiento exponencial dentro del país pero también a nivel global y detrás de estos Estados Unidos ha adoptado también de a poco la música mexicana en su territorio.

Los artistas más escuchados a nivel global fuera de México son Reik, Christian Nodal, Grupo Firme, Luis Miguel, La Banda Maná, Julieta Venegas, la Banda MS Vicente Fernández y Los Ángeles Azules, los más escuchados en América Latina también forman parte siendo Jesse y Joy, Kevin Kaarl y Danna Paola, y los que han obtenido mayor popularidad en Estados Unidos y Canadá han sido Carin León, Luis R Conríquez, El fantasma, Los dos carnales, Calibre 50 y Los Tucanes de Tijuana. (Música México, 2022)

Dentro de las tendencias a partir de plataformas de video como YouTube se encuentran los artistas más vistos en México a Bad Bunny, Grupo Firme, J Balvin, la Banda MS, Rauw Alejandro, Myke Towers, Santa Fe Klan, Christian Nodal, Karol G, Calibre 50, Cartel de Santa Fe, Ozuna, BTS, Farruko, Carin León, Maluma, Anuel AA, Camilo y Daddy Yankee.

Los artistas mexicanos más vistos en México además de los anteriormente nombrados son Junior H, Alemán, Vicente Fernández, Los Ángeles Azules, Natanael Cano, La Arrolladora Banda El Limón, La Santa Grifa, Joan Sebastian y C-Kan. Los artistas con más seguidores en Latinoamérica son Karol G, J Balvin, Shakira, Camilo, Rauw Alejandro, Baby, de Cartel de Santa, Becky G, Thalía, Danna Paola y Daddy Yankee. Y las 10 canciones más escuchadas en México en el año 2021 fueron Todo de ti de Rauw Alejandro, Stay de Kid Laroi y Justin Bieber, Begging de Måneskin, Buss it de Erica Banks, Fiel de Los Legendarios Wisin y Yandel con Jhay Cortez, Telepatía de Kali Uchis, Nene Malo de Enganchados Nene Malo, Rasputín de Boney M, Yonaguni de Bad Bunny e In da Getto de J Balvin con Skrillex. (TikTok, 2021)

3. Disqueras y Sellos

Los sellos independientes en México tuvieron un crecimiento en la época entre 2005 y 2015 momento en el cual el desarrollo de nicho de mercado poco atendidos por la industria permitió el surgimiento de sus géneros como el indie y ocasionó que géneros como el jazz se colocaran en el mapa porque por más pequeño que se perciba un movimiento en un mercado adecuado se puede explotar, de las ventajas en cuanto a ser un artista independiente se puede rescatar la habilidad para operar cuando no se tiene el presupuesto necesario, además de que hay que cubrir aspectos legales y distribución en el formato físico de aquellos tiempos, el nacimiento de MySpace y las historias de éxito en la escena musical fueron lo que terminó por conseguirles un lugar dentro de este negocio. (YACONIC, 2022)

Enviaron para siempre la trayectoria al acceso de la distribución democrática pues la adquisición de teléfonos inteligentes el nacimiento de nuevas redes sociales y las plataformas de streaming generaron una transición causaron una transición en el modelo de consumo, esto aceleró las formas de monetización lo cual como consecuencia obtuvo que generar ganancias de la música se volviera un poco más fácil en comparación a años anteriores además de que los costos de distribución y promoción habrían disminuido considerablemente haciendo posible un catálogo más extenso y bien posicionado ofertando música de calidad dentro del territorio mexicano. (Música México, 2022)

Una cuestión que hay que tener todavía presente es que para negociar con los grandes sellos ya existen canales de comunicación de fácil acceso y las fechas de colaboración son muy específicas y por periodos menores, México ocupa la posición número 13 en el ranking mundial de accesos a sitios web de piratería y esto no sorprende a nadie pues Durante los dos años de pandemia la piratería digital se acrecentó hasta seis veces alcanzando los 3100 millones de descargas y visitas a páginas web para reproducir música sin licencias en México, los artistas con las canciones más pirateadas del internet fueron Ed sheeran, Ricky Martin, Bruno Mars, Luis Fonsi, Charlie puth, Taylor Swift, Shakira y Justin Timberlake.

4. Conciertos y música en vivo

La industria de entretenimiento enfocada a los conciertos en vivo había venido marcando un crecimiento importante cada año pero con la pandemia esto tuvo un detenimiento abrupto pues la lista de ciudades que albergaban grandes eventos iba obteniendo más sedes, algo que convierte a México en un lugar interesante para presentarse es el crecimiento y desarrollo del país en las principales ciudades además de los ya muy conocidos espectáculos por parte de la productora “Ocesa” una empresa mexicana encargada del entretenimiento en Latinoamérica y es una de las cuatro más grandes del mundo, además la ventaja de compartir frontera con Estados Unidos genera mayores oportunidades para que los artistas puedan cruzar fronteras y que su talento sea captado por grandes empresas del país vecino. (Gutierrez, OCESA es el tercer promotor más poderoso del mundo, 2020)

Además de que el continente americano es relevante por la cantidad de culturas y matices que pueden ofrecer cada uno de los países de habla hispana y por supuesto la industria norteamericana aprovechando ser la potencia que es, pero no todo han sido buenas noticias

para la industria musical pues con el tema de la pandemia se estima que el valor de un ticket para un evento ha aumentado hasta en 10% con respecto a los últimos eventos antes de la pandemia.

Además los patrocinios son cada vez más selectivos y ponen en una posición privilegiada a algunos artistas frente a otros con lo cual exigen espectáculos de calidad para que sea rentable y una forma de negocio equitativa tanto para el empresario que contrata como para el artista que se presenta, las principales escenas que se prestan para eventos de magnitudes estratosféricas son La arena de Monterrey, La arena Ciudad de México, El Autódromo Hermanos Rodríguez el Pepsi Center WTC, el Auditorio Nacional y el Auditorio Telmex.

Anteriormente debido a la urgencia que hubo para reactivar la economía dentro de este sector se fundaron algunas bases para enfrentar diferentes escenarios que podrían diferenciar las formas en que disfrutamos de un show en vivo, la tecnología terminará por definir cuáles serán las nuevas experiencias a vivir por parte de los espectadores y cuáles serán las actividades a realizar, las ciudades que son protagonistas de las agendas de conciertos y festivales están distribuidas entre Monterrey Guadalajara y la Ciudad de México.

Las estaciones del año entre verano e invierno suelen complicar un poco la organización de eventos al aire libre pues por las condiciones climatológicas las actividades pueden no llegar a ser lo que se espera, por otro lado se ha invertido cada vez más presupuesto a las salas de conciertos auditorios teatros y algunos foros para albergar estos eventos, además es muy tomado en cuenta que a finales de año son tiempos difíciles por la cantidad de festividades y el gasto que se genera en estas como las tradiciones mexicanas, el día de muertos, navidad y año nuevo. (Reforma, 2022)

El sistema de información cultural del gobierno de México reporta que 674 festivales son llevados a cabo en el país, de los que 135 están clasificados como eventos de música lo que significa apenas un 20%, lo que pasa es que más allá de la cantidad de eventos por región el sistema no cuenta con información sobre el número de asistentes la cantidad de presentaciones hola derrama económica y alguna otra forma de identificar el impacto y alcance que generan esta industria, en cuanto a procesos de evaluación uno de los problemas es que no existen criterios compartidos para poder construir objetivos que causen buenas prácticas la mayoría de estos procesos intentan identificar la derrama económica y el número

de personas que asisten a los eventos datos que son muy importantes para realizar estudios de esta índole pero que no necesariamente lo dicen todo.

En parte este problema surge desde la visión política pues se manipula su función haciendo entender que los eventos y shows en vivo pudieran ser producto de entretenimiento electorero que termina duplicando programaciones de festivales privados desviando recursos, pero la otra cara de la moneda es que muchas instituciones y organizaciones aprovecharon para generar foros de discusión y poder reflexionar sobre el sentido de su tarea cuáles son los objetivos más importantes para contribuir a la sociedad eliminar las problemáticas que se enfrentan y ofrecer una imagen positiva al país.

Para el año 2022 se confirmó que la industria del entretenimiento había regresado más fuerte que nunca pues promotores y managers mexicanos contaron su experiencia sobre el regreso de los eventos después de la pandemia además es de destacar y aplaudir los récords de asistencia y boletos agotados registrados en un período tan corto de tiempo pero lo que más ha llamado la atención es la creación de nuevos nichos de mercado a partir de eventos en vivo de artistas y bandas cuyos nombres tal vez no sean tan grandes pero que no se imaginaban que para estos tiempos podrían hacer giras por toda la república. (Sanchez, 2022)

Ya que ha habido una expansión hacia nichos que sobresalen de lo comercial pues la música alternativa y experimental se ha convertido en un proyecto atractivo para cierto segmento de mercado y las propuestas musicales cada vez son más variadas y algunas de ellas consiguen atender estos nichos. (IBERO 90.9, 2021)

Otro de los fenómenos que se dio cabida durante la época de pandemia fue el surgimiento de los conciertos vía streaming que intentaron salir de lo común y se atrevieron a en medio de una crisis traer calma al mundo pues esta modalidad era más que suficiente para permitir que los consumidores de música pudieran tener un espectáculo a distancia sin correr riesgos en un nuevo formato donde la mayoría de artistas ofrecieron estos conciertos gratis.

Sin embargo, el sector musical no está exento de cumplir con objetivos cada vez más estrictos dictados por los consumidores pues ahora la competencia se centra en el número de artistas que pueden aparecer en un mismo concierto pues debido al aumento en la oferta de eventos se deberá reflexionar si es que la audiencia y sus bolsillos pueden soportar tantas fechas

durante el año. La oferta de shows en vivo a precios accesibles es algo por lo que hay que pelear no solo como industria sino también como sociedad.

Ticketmaster recientemente pasó a afectar a algunos miles de usuarios el día que Bad Bunny realizaría su primer concierto de cierre en la Ciudad de México con sede en el estadio Azteca pues algunos tickets fueron identificados como clonados lo que ocasionó el descontento de miles de personas que fue expresado mediante redes sociales más específicamente en Twitter donde muchas de las personas compartieron su mala experiencia ya que no los dejaron entrar y muchos realizaron gastos de hospedaje, de traslado y de alimentos. (El Financiero, 2022)

5. Casos de éxito de artistas emergentes mexicanos

Kevin Eduardo Hernández Carlos conocido como Kevin kaarl es un cantante compositor y músico mexicano de música folk proveniente de Chihuahua, la canción que lo impulsó a darse a conocer "amor viejo" tuvo un increíble crecimiento orgánico el cual lo posicionó como uno de los próximos referentes a lo cual en 2018 llega su sencillo vámonos a Marte con el cual explotó su carrera musical, siendo parte de su álbum "hasta el fin del mundo".

Este tipo de solistas tienen un reto muy fuerte dentro de la industria musical ya que por la naturaleza de sus canciones al utilizar tan pocos instrumentos deben de componer letras bastante buenas o tener melodías muy pegadizas para que puedan triunfar, este tipo de artistas independientes motivan a los demás a creer que es posible tener éxito si la necesidad de contactos o palancas y dinero ilimitado, Kevin se ha presentado en un sin número de ciudades como lo son Cancún, Mérida, Campeche, Torreón, Veracruz, Puebla, Morelia, Toluca, Oaxaca, Buenos Aires, Chile, España y hasta en Berlín, Alemania. (Monroy, 2023)

Jennifer Abigail Juárez Vázquez mejor conocida como Bratty es un proyecto de bedroom pop garage rock y surf guiado en el 2017 por la cantautora mexicana proveniente de Culiacán Sinaloa ha lanzado dos álbumes de estudio y su sencillo junto a Ed Maverick ropa de bazar ha recibido una certificación de cuádruple platino, en 2017 lanza su primer álbum Blue grabado en su cuarto con una pedalera, tiempo después entraría a estudiar producción musical digital lo cual dejaría para dedicarse de lleno a su proyecto.

La canción más reconocida de ella "Honey ya no estás" la pone sobre el radar de los diferentes festivales dedicados a la música dónde obtuvo la oportunidad de presentarse y de ahí ha

estado en el Lunario del auditorio nacional, el fórum Coffe de Cholula Puebla, el auditorio BlackBerry en ciudad de México y está próxima a presentarse este año en El Rey Theatre en Los Ángeles y es la única mexicana que irá al festival masivo de música llamado Coachella que se realiza en Estados Unidos.

Eduardo Hernández Saucedo mejor conocido como Ed Maverick es un cantante músico y compositor mexicano proveniente de Chihuahua que fue la revelación musical haciendo folk de cuarto influenciado de la música nortea.

Se estima su proyecto fue descubierto a inicios del 2017 como cualquier músico independiente empezando a grabar en un estudio muy casero y tocando en diferentes bares de su ciudad natal, sus canciones pueden parecer simples pues en ellas predominan los sonidos de guitarra y su voz, sus letras utilizan mucho la escena de la vida cotidiana lo que genera una facilidad de interpretación por parte de su audiencia logrando que sus fanáticos se sientan identificados.

Su primera canción producida en el álbum mix para llorar en tu cuarto fue la de acurrucar la cual consiguió la atención de la escena dándole un lugar en los espacios de radio y entrevistas, después de esto llega la canción “Fuentes de Ortiz” que se volvió un hit del momento, creciendo mediante redes como Facebook y representando el lenguaje de un adolescente.

Debido a su viralidad las disqueras comenzaron a buscarlo y finalmente se decidió a ser parte de universal music México desde el 2019, consiguiendo hacer Sold Out en El teatro Metropolitan además de presentarse en distintas locaciones de la República como fue en la feria de Tijuana, el autódromo hermanos Rodríguez, El teatro galerías en Jalisco, el Lunario del auditorio nacional y también visitado países como Colombia, Argentina, España, Inglaterra, Países Bajos, Estados Unidos, Ecuador, Perú y Chile. (Morales, 2021)

Uzielito mix dj y productor musical mexicano proveniente de la Ciudad de México realizó sus estudios como productor en la universidad tecnológica de México, ha obtenido éxito e impulso en su carrera musical a través de las redes sociales especialmente en YouTube donde comenzó a subir sus primeras canciones, su género musical es electrónica y reggaetón, en 2016 debutó con el sencillo "Perreo que te vuelve loca" y un año de después lanzó las canciones "a lo loco muévelo" y "diabla".

Durante su carrera en la industria musical ha trabajado con varios cantantes y exponentes urbanos obteniendo grandes resultados, ha tenido presencia de manera internacional destacando su participación en el Festival Primavera Sound de Barcelona además de que en el 2022 fue el encargado de abrir los últimos dos conciertos del artista puertorriqueño Bad Bunny en el estadio Azteca, actualmente este artista ya reconocido en todo Latinoamérica ha tenido buenas presentaciones en importantes festivales como el Flow fest y el Vive Latino y junto a su sello discográfico Candela music continúa creando música para las masas.

Kenia Guadalupe flores Osuna conocida artísticamente como Kenia os es una cantante celebridad de internet ex youtuber y empresaria mexicana que comenzó creando contenido en la red social YouTube y ahora está firmada con Sony Music desde 2021, este 2023 tendrá una gira de conciertos por México y estados unidos que formarán parte de 42 conciertos en total. En el 2018 en el mes de agosto debutó con su sencillo llamado por siempre siendo firmada por el sello mexicano Lizos Music.

Posteriormente en 2021 anuncia su sello discográfico independiente K records, en septiembre del mismo año su concierto MelanKOs rompió el récord de concierto virtual con mayor cantidad de espectadores de Latinoamérica con más de 153,000, en abril de 2022 la asociación mexicana de productores de fonogramas y videogramas le otorgó su primer disco de oro por su sencillo Toketeo por vender más de 70,000 copias en México.

Además de su música también ha participado en proyectos como ser el soundtrack principal de la novela contigo sí y sus participaciones en televisión por plataformas de streaming como Disney Plus en el programa "Conecta y canta", algunos de sus premios han sido en los MTV milenial awards en la categoría Instagram stories en los premios Eres mejor revelación musical, La inspiración del año en los kids choice awards México, artista en ascenso mundial Premios Likes Brasil, artista viral, influencer del 2021, influencer latina del 2021, fandom del año de Socialiteen, etc. (Calle, 2023)

Uno de los casos más sonados durante el auge de la plataforma de videos cortos llamada Tiktok un cantante y productor mexicano llamado León Leiden quien tomo popularidad por sus videos creando canciones con artículos cotidianos del hogar donde en un lapso de pocos minutos lograba captar la atención de su público mostrando el proceso desde cero y dando el resultado dentro del mismo único video.

Una de sus canciones con el título “gitana” causo un alboroto dentro de todos los creadores pues los invito a colaborar haciendo una dinámica donde el video con mayor apoyo haciendo dúo a su canción iba a ser elegido para hacer un remix, generando el uso de su audio en mil trescientos videos intentando ser parte de la colaboración y que posteriormente fue lanzado en YouTube y logro posicionarse en el número uno de tendencias en México, todo lo mencionado ayudo para que la plataforma Deezer tuviera en cuenta a León para un programa lanzado con el nombre de “Deezer Fresco” un apartado desarrollado para impulsar la carrera de talentos emergentes.

Dentro de la misma plataforma abordada anteriormente Grupo Frontera siendo de México hizo un cover de la canción titulada “No se va” perteneciente a una agrupación proveniente de Colombia conocida como Morat, esta recreación de la canción al estilo cumbia texana logró posicionarlos en el radar de los grupos emergentes del regional mexicano y el fenómeno fue tan grande que algunas personas percibieron que la canción era propiedad del grupo que le hizo un cover a aquella canción.

Lo cual demostró que los usuarios pueden premiar de manera inconsciente a las personas que ejecutan de grata manera una réplica de una obra sin tener el control de la percepción que causa este tipo de casos de interés para el estudio del comportamiento de conducta de las personas y más recientemente esto escaló al nivel en que Grupo frontera tuvo la fortuna de poder colaborar con el que es considerado actualmente como el artista más escuchado del mundo en los últimos tres años bien conocido como Bad Bunny en el sencillo titulado “Unx100to” donde surgió otro foco de atención a la música mexicana y que en menos de veinticuatro horas ya estaba establecido como el hit número uno en las distintas plataformas de streaming. (Rodarte, 2022)

Uno de los más recientes exponentes de la música en México es Peso pluma un chico de veintitrés años que se convirtió en el primer cantante mexicano en llegar a lo más alto del ranking mundial de Spotify colaborando con artistas mundiales como Natanael Cano, Nicki Nicole, Eslabon Armado, entre otros, ha causado sensación en los recientes meses del presente año llevando la palabra fenómeno musical con todo el derecho del significado y uno de los logros más reconocidos a nivel mundial ha sido su participación dentro del programa de Jimmy falon donde interpreto el sencillo que lo mantiene en el éxito nombrado “Ella baila

Sola” canción que dio la vuelta a la república causando furor entre propios y extraños posicionando el género y volviéndose parte hasta de los niños en eventos escolares.

6. Casos de éxito para artistas emergentes internacionales

María de los Ángeles Becerra más conocida como María Becerra es una cantante compositora y antigua youtuber Argentina que en 2015 comenzó a crear contenido en su canal de YouTube el cual logró alcanzar los 3 millones de suscriptores con esto logró ganar algunos premios y pudo protagonizar una obra de teatro, desde muy joven sintió interés por la danza el teatro y el Canto por lo que participó en bastantes concursos de interpretación que algunos fueron grabados y María dice le trae buenos recuerdos de lo que fue el inicio de su camino como artista. (Prieto, 2023)

Su voz tan peculiar y parecida a la de Ariana Grande en algunas notas cautivaría la escena de la música Argentina, el chip que la consolidó como la estrella que ahora es lo realizó con el colombiano J Balvin que la apoyó para que juntos sacaran el tema "Qué más pues" canción que la adentró en el radar de artistas globales y que se volvió viral bastante rápido en la aplicación Tik Tok, en 2021 fue la artista con más reproducciones en Spotify y consiguió un sold out en más de 20 conciertos colaborando con los demás artistas grandes de su país.

Billie Eilish cantante y compositora estadounidense acompañada por su hermano Phineas O'Connell fueron partícipes de una hazaña que revolucionaría la industria musical pues en el año 2020 ganaron los Grammys de las categorías mejor canción del año, mejor nuevo artista, grabación del año y álbum del año con "When we fall sleep where do we go?" una producción que se hizo desde su casa por temas de la pandemia, para entender cómo funcionan las nominaciones es necesario saber que uno puede entrar a la academia siendo miembro votante o miembro asociado, ahí entran artistas, productores, ingenieros, agentes o managers, para ser aceptado en la organización uno debe de ser recomendado por algún puesto superior o también existe la opción de llenar un formulario y pagar una membresía anual.

Para ganar un Grammy primero se debe pasar un filtro donde se analiza que las obras cumplan con todos los requisitos como que la canción sea original y se haya inscrito en la categoría correcta luego en el filtro de votación un comité es llamado a reunión para que elijan a los

nominados y después se vota otra vez para que los mismos miembros que eligieron a los nominados elijan al ganador.

Billie y Finneas cambiaron el estándar donde se creía que solamente se podía ganar un Grammy si se tenía el apoyo de un sello gigante o el presupuesto necesario para que mediante campañas se convenciera a los votantes, crear este álbum con las herramientas mínimas que cualquier persona dedicada a la música podría tener le abre las puertas a los artistas y productores emergentes para aspirar a obtener un reconocimiento parecido quitando de la ecuación que sea necesario rentar un estudio gigante. (Lopez, 2021)

Olivia Isabel Rodrigo es una cantautora y actriz filipino estadounidense que obtuvo reconocimiento a fines de 2010 por sus papeles en los principales programas de televisión de Disney y su participación en High School Musical, desde los 5 años entró a clases de canto a los nueve entró a clases de piano y empezó a escribir sus primeras canciones, para sus 10 años tuvo participación en una película de Universal Studios, también sale en un comercial de Old Navy, todo esto antes de los 15 años.

Con su sencillo Drivers License explotó Spotify y se volvió la canción con más escuchas en un solo día con 15,700,000 de reproducciones, después de lanzar algunos otros sencillos publica su álbum Sour con la cual es nominada y gana tres Grammys, siete premios billboard, 4 premios MTV cuatro premios iHeart radio Music, dos premios People's choice, un American music, un premio Brit, un premio Juno y dos premios los de los 40 music awards, además fue destacada porque sus primeros sencillos debutaron en el top 1 de la lista Hot 100.

7. Mexicanos rompiendo records

Cristian Jesús González Nodal conocido como Christian nodal es un cantante y compositor mexicano originario de sonora un artista que a su corta edad ha logrado alcanzar grandes éxitos, adiós amor fue su primer canción que lo puso dentro del mapa de la música mexicana en el 2017, desde muy pequeño se le dio el don de la música pues pudo aprender a tocar trompeta piano y guitarra en su juventud, durante su niñez y adolescencia estuvo participando en diferentes concursos de música donde en algunos obtuvo el primer lugar, posteriormente se lanzó a cantar en algunos bares de Sinaloa, "Me dejé llevar" es el álbum debut de estudio del artista mexicano lanzado por la compañía fonovisa. (Financiero, 2022)

En el año 2019 firma con Universal Music, su música se ha llevado grandes reconocimientos como los premios Grammy Latinos, Latin American Music Awards y Premios la radio, en el 2020 se vuelve coach de La voz México y así ha ido recorriendo su camino con éxitos mundiales, pero en específico uno que fue la bomba en su momento fue Botella Tras Botella canción que en cinco días alcanzó la cifra de cincuenta millones de reproducciones en la plataforma de YouTube.

Junto con Gerardo Daniel Torres Montante mejor conocido como Gera MX un rapero y compositor mexicano proveniente de Monterrey, quien se dedicó a la música desde la primaria pues para impresionar a sus compañeros hacia freestyle y continuo con ese camino en la secundaria para mejorar su dicción y ser el artista que es ahora, también le tocó ser telonero de otros artistas teniendo un crecimiento de a poco trabajando con diferentes personas pertenecientes a la industria quienes lo motivaron a crear un sello discográfico llamado "Rich Vagos" con el sueño de cambiar la manera de cómo funciona la música.

Hilda Catherine Huerta Díaz es una joven originaria de la Ciudad de México y un artista emergente que tras sus éxitos lluvia de michelada y la gata de la agrícola oriental, la ahora cantante cruzó la licenciatura en derecho en la facultad homónima en la universidad nacional autónoma de México lugar de donde se graduó en noviembre del 2021.

En los últimos meses Catherine acrecentó su popularidad gracias a su sencillo gatita así como por haber participado en el gran festival Coca-Cola Flow Fest en el pasado mes de noviembre, la llamada promesa del reggaetón mexicano consiguió el récord en ser la intérprete de una canción en solitario por una mujer alcanzando el número uno de reproducciones en Spotify México en un solo día su canción se convirtió en la más reproducida al haberse escuchado 1,171,825 veces también se convirtió en la primera canción de una mexicana en entrar al top 100 global de Spotify y recientemente había entrado en el top de la revista musical Billboard la cual incluye a los artistas más escuchados del mundo. (Pacheco, 2022)

En México, la música es un arte que se convierte en un prometedor negocio. Durante un largo lapso de tiempo se ha remarcado la importancia del mercado ya sea para los artistas locales como para los nacionales y esto se extiende hasta los internacionales El reciente informe de música México donde se lanza la iniciativa de reconocer que el público mexicano es de los principales consumidores de música dentro de todas las plataformas y además de presentaciones en vivo, generando un crecimiento constante en los recientes años.

Después del regreso de las presentaciones en vivo posterior a la crisis sanitaria de la pandemia ha surgido un rebote sobre el crecimiento de la industria musical en México y según un informe titulado "Engaging with music 2021" que ha sido publicado por la federación internacional de la industria fonográfica el aumento de la música que ha sido grabada en Latinoamérica ha sido de un 31.2% siendo México el país con mayor consumo y reproducciones para las plataformas de streaming. (IFPI, 2021)

El panorama musical en el país ha generado bastantes oportunidades para el desarrollo de proyectos musicales emergentes y ha brindado una mayor accesibilidad a la aparición de nuevos artistas locales, además de que se ha fijado en el punto de mira de artistas internacionales que ya están posicionados, las presentaciones en vivo que se llevan a cabo en festivales también se han extendido a lo largo de los estados con mayor popularidad en el país, durante el segundo trimestre del año 2022 se reportó que más de 57 millones de listeners en Spotify y YouTube México posicionaron al país como de los mercados más importantes a nivel global. (Gutierrez, Spotify, el rey de la música en plataformas de Streaming en 2021, 2021)

El panorama para la industria musical en México da buenas perspectivas aunque aún existen algunos obstáculos por resolver y es que el aumento de la demanda ha requerido que ciudades como Aguascalientes, Puebla, Querétaro, Tijuana y Hermosillo invirtieran en una infraestructura a desarrollar que fuera capaz de crear recintos adecuados para este tipo de eventos, al igual que empresas sellos discográficos y artistas están en la búsqueda de generar fuentes de ingresos que traspasen más allá de las presentaciones en vivo y el cobro de regalías en plataformas de streaming.

Se sigue meditando sobre las oportunidades que se adquieren por el uso de licencias musicales la venta de merchandising y los patrocinios de algunas marcas, debido a esto el negocio de la música en México se considera como una tierra fértil para quienes están dispuestos a verse beneficiados de las oportunidades y enfrentar los desafíos.

La industria musical en México ha obtenido un crecimiento significativo en los últimos años incluyendo las presentaciones en vivo y siendo considerados puntos separados para giras de artistas de talla internacional, la producción de música grabada y la venta de mercadería por

parte de los artistas ha ido progresivamente aumentando y también el uso de las nuevas herramientas tecnológicas que funcionan para su promoción y difusión de su música.

Esto ha permitido que los representantes del género en México puedan conseguir colaboraciones con profesionales de todo el mundo ya sea con productores, disqueras, plataformas y distribuidoras. (Hernández, 2023)

La bondad de las presentaciones en vivo aparte de que cuenta como una parte importante de los ingresos para los artistas este medio les permite relacionarse más directamente con su público y desarrollo de su marca artística dentro de ciertas ubicaciones geográficas.

Los patrocinios se han extendido a marcas que anteriormente no tomaban el riesgo de depositar su confianza en artistas medianamente posicionados, pero esto ha cambiado a día de hoy son más las marcas que brindan su apoyo tanto económico y con oportunidades de promoción.

La venta de merchandising que está relacionada a los artistas del momento también genera un sentido de pertenencia para los fanáticos ya que se identifican con sus artistas favoritos y poseer sus productos les da un sentimiento de mayor cercanía con su artista.

Las nuevas herramientas que brinda la tecnología dentro del sector han mostrado avances agigantados ya que los artistas que se han mantenido al margen actualizándose sobre esta información han podido aprovechar los algoritmos que les han permitido llegar a un público más grande.

La industria musical ha desarrollado un puesto de bastante importancia para lo que es la cultura y la economía en el país además de ser una variable de entretenimiento y generar emoción a los consumidores esta industria ha sido clave en la generación de empleos y apoyo al crecimiento económico en distintas áreas del país, promover la diversidad cultural tiene el poder para influir en la sociedad y dar mensajes importantes por lo que se tiene a la industria como una parte esencial e importante.

8. Las empresas más importantes de música en México

Universal music: es una empresa que para varios artistas mexicanos ha sido su punto de arranque hace mucho tiempo y gracias al trabajo de esta empresa han llegado a ser reconocidos a nivel nacional e internacional, esta empresa ha logrado adaptarse bastante bien a los cambios dentro de la industria y han obtenido el éxito necesario en la promoción de artistas dentro de diversos géneros musicales.

Sony Music: esta como una de las empresas más importantes dentro de la industria ha sido de las que más influencia ha tenido sobre la escena musical del país y ha mostrado una extensa variedad de artistas que han optado por trabajar con ellos para formar parte de su catálogo, el impulsar los proyectos talentosos y batir récords en ventas ha sido de sus mayores logros.

Warner Music: esta compañía se ha diferenciado por promocionar y dar el apoyo a los artistas emergentes en la escena musical mexicana y con esto han obtenido la atención de un público de masas y han aportado en el desarrollo de diversos géneros musicales como el regional mexicano.

Las empresas que han llegado a obtener el éxito para ser reconocidas a estos niveles han sido gracias a múltiples factores pues estas marcas han identificado el talento local después de una extensa búsqueda y también han ofrecido las oportunidades que no cualquiera tiene artistas locales, las relaciones que tienen con los expertos en la industria se han visto bastante sólidas y se han adaptado a las nuevas tecnologías y los criterios que suponen las plataformas de distribución musical.

En México el futuro de la música como negocio se ve bastante prometedor gracias al desarrollo exponencial que está teniendo el sector en estos últimos años, este crecimiento ha generado emergentes espacios para el crecimiento de proyectos musicales independientes y han ofrecido las facilidades que hace no muchos años no cualquiera podía tener, por esto y más es que México se ha vuelto un punto estratégico para el desarrollo de proyectos nacionales e internacionales.

En cuanto a las fuentes de ingreso que son percibidas dentro del país han destacado algunas que son los conciertos en vivo ya que muy recientemente se ha dado que año con año los

consumidores han estado al margen del crecimiento de sus artistas favoritos y muestra de esto es el lleno total en varios recintos dentro de la República como han sido el Vive Latino, Tecate pal norte, la arena Ciudad de México y algunos estadios como son el Azteca, el de Monterrey y el ubicado en Guadalajara.

Una de las cifras más interesantes dentro de la industria proveniente de los consumidores mexicanos es que según informes de "The Competitive Intelligence Unit" en el año 2022 se reportó que había un total de 57 millones de registros en la aplicación de Spotify y la plataforma YouTube de los cuales 16 millones habían adquirido una suscripción de paga lo cual ha generado que la industria musical sea mucho más rentable y convencional para todos los partícipes del sector.

9. El regional mexicano como un movimiento

Por primera vez en mucho tiempo dos canciones pertenecientes al regional mexicano llegaron a la cima de los top rankings en las plataformas de streaming generando que la música mexicana se volviera global repentinamente aunque este género exista desde hace más de un siglo y medio las buenas obras han permitido que desde banda, corridos, norteños, sierrreño, mariachi y otros subgéneros se asentaran como base de la tradición y cultura mexicana generando una base de fanáticos tan lejana como puede ser en Estados Unidos y tan unida por parte de los mexicanos. (Believe, 2022)

Hoy en día una nueva ola de artistas han sido los creadores de éxitos musicales que han puesto al país en la mira de la industria pues al fusionar los corridos tradicionales con instrumentos de banda y la base de hip hop, rap y reggaetón han derivado de un gusto peculiar por las generaciones más jóvenes todo esto de la mano de Eslabón Armado, Grupo firme y Natanael cano.

Todo esto viene de mucho tiempo atrás de hecho en la época dorada del cine mexicano fue cuando Pedro infante hizo popular al mariachi durante la época de los 50 que es cuando se tiene un registro más presente sobre el éxito de la música mexicana al igual que cuando en los años 70 Vicente Fernández fue reconocido como una estrella ranchera internacional, o cuando Selena Quintanilla con su innovador sonido llamado tex-mex influyó en la década de los 90 tomando como base ramas del regional mexicano y más recientemente cuando

Christian Nodal fue uno de los artistas revelación en 2017, otro de los hechos históricos que ha puesto en el radar a la música mexicana fue cuando Los Tigres del Norte rebasaron el récord histórico de espectadores en el Houston rodeo de Texas en 2019.

Y es que todos estos acontecimientos no han sido casualidad pues los sonidos característicos del regional por el uso de instrumentos muy distintivos como los trombones clarinetes la tuba o las trompetas le han apropiado un sonido único y un estilo que es sello del país, lo más importante de esta situación en la que la música mexicana se ha vuelto global es que no ha tenido que sacrificar su esencia para gustar a otros mercados.

Eso sí los artistas han tenido que adaptarse a las nuevas tendencias y la demanda del público pero eso no ha significado que tuvieran que cambiar drásticamente su concepto musical y además partiendo de colaboraciones con artistas internacionales el género se ha enriquecido pudiendo demostrar que cuando la música es buena no se necesita cambiarle nada, y aunque a muchos exponentes no les ha encantado del todo el cambio que ha tomado el género durante los últimos 10 años este se ve bastante sólido y con promesa de expandirse cada vez más.

El consumo del género ha incrementado en un 42.1% en lo que va del año 2023 superando a los demás en los rankings hasta toparse con el k-pop, mientras que estrellas de todo Sudamérica especialmente de Colombia y Puerto Rico se han involucrado en expandir el perfil de la música latina en los últimos años, el consumo de la música regional mexicana ha provenido casi enteramente de las plataformas de streaming pues los servicios como Apple Music y Spotify revelan que el 90% del consumo de música mexicana proviene de ellos y el resto se diversifica entre plataformas como YouTube, radio y televisión. (Aguilera, 2023)

Dentro del mercado latino el género regional mexicano representó un 18.2% de escuchas en el año 2022 y esta cifra ha sido parecida a los años anteriores pues en el 2021 fue del 19% y en 2020 del 18.7% hasta el mes de mayo del 2023 que la participación de esta música consumió a los escuchas latinos en un 20.1%.

Y es que además de eso hay cifras bastante reveladoras que dan el contexto necesario para saber por qué se está llevando a cabo este dominio en las plataformas pues el consumo de corridos a nivel global aumentó un 40% entre los meses de junio del 2021 y junio del 2022, la generación Z que es formada por jóvenes representan el 40% de los listeners que apoyan

el género y de ahí le siguen los millennials con una representación del 35% de las escuchas totales y para agosto del 2022 la música mexicana ya había crecido un 56% con respecto al año pasado.

No solamente es que la música mexicana ha crecido, sino que en general toda aquella música proveniente de Latinoamérica ha sido parte del auge que está viviendo estos días y es que los artistas semejantes han entendido a la perfección que la música debe formar identidad y conectar con la mezcla de culturas a las que se deben el crecimiento de la música, los ritmos, los instrumentos y los mensajes que lleva cada canción qué ha causado sensación en la audiencia.

Además que los distintos factores como la población, la ubicación, geográfica y los hábitos de consumo en cuanto a música respecta han sido de suma importancia para que todo esto se esté dando y que por fin lo que se hace en el país sea reconocido desde su origen y no tenga que ver con el proceso ya conocido que era ir a Estados Unidos para que pudiera tener un mayor alcance en cuanto al públicos y ser juzgado por su calidad para regresarlo a México con esa validación por parte de la industria, ahora el regional se ha añadido a una parte de gusto general en todo el mundo. (Música México, 2022)

10. Triunfar en la industria musical de la actualidad

Cuando los artistas tienen acceso a la información que le arrojan las plataformas sobre dónde están siendo escuchados pueden lograr hablar el lenguaje y en el canal donde está su audiencia para combinar el conocimiento técnico con la creatividad para generar ideas puntuales de hacia dónde ir.

Es muy importante recibir la retroalimentación de los comentarios para desarrollar la interacción y crear expectativa entre los fanáticos utilizando las herramientas que ciertamente requieren de tiempo para crear una base sólida que le pueda ayudar a tomar decisiones, hay un sinnúmero de estrategias que se pueden usar para la comunidad que ya se está generando y está con el artista y la captación de nueva audiencia para expandir el mercado al que se dirige el artista.

Hay que dedicar una hora o dos horas por semana para reflexionar sobre los resultados que se están obteniendo en cuanto a métricas como escuchas mensuales, número de seguidores,

interacciones en las publicaciones y poder con esto propulsar una buena campaña invirtiendo específicamente en donde se ve un área de oportunidad para crecer.

Tener bien claro el target al que va dirigida nuestra música optimiza tiempo y esfuerzos para cumplir objetivos como incrementar views en YouTube o los streams en Spotify al momento de realizar campañas de publicidad se debe tener muy en claro que existen distintas fases donde si en la primera ya hay una cierta cantidad de público que picó el anzuelo como se le dice vagamente se cambia el primer mensaje que hubo para tratar de enganchar más a quien sí lo captó para generar una estrategia de retarget donde cada vez es más posible convertir una escucha en un fan.

A estas personas hay que hacerles un intercambio de valor ofreciéndoles una acustic sesión o tal vez hacer un Live donde puedas interactuar con estas personas y crear una conexión que dure un largo tiempo, una de las nociones que casi nunca se tienen presentes es que, aunque el artista haga este tipo de estrategias y gaste su dinero en campañas de publicidad finalmente quien elige si su música es buena y la abraza es la audiencia. (Distrimokey, 2022)

11. ¿Quedarse independiente o firmar con una disquera?

La mitad de los artistas independientes han confesado que se muestran preocupados por su situación económica de cara al proyecto que están llevando a cabo por lo que consideran que no cuentan con los suficientes ingresos para no tener preocupaciones financieras, pues ocho de cada diez músicos no ganan lo suficiente para mantenerse únicamente de su carrera, mucho de esta decisión depende de cuáles son las expectativas del artista y qué es lo que piensa que el sello discográfico pueda hacer por él, se tiene el concepto de que ser un artista independiente es ser una disquera con piernas, un músico debe de verse a sí mismo como una empresa.

La tendencia que ha surgido debido a la llegada de la era digital es que cada vez es más común que los sellos y los labels entren en relaciones contractuales con trabajos o proyectos cada vez de menor duración esto puede ser ya sea para un solo ep o un solo álbum trabajar con cierto artista, lo que significa que el artista independiente tiene mayor poder para entrar en cierto tipo de disputas en cuanto a la partición de las regalías y el porcentaje de propiedad de las grabaciones de su música.

Hay factores muy válidos a tomar en cuenta para quedarse independiente pues el control de la carrera le quita protagonismo a la toma de decisiones cuando se entra en relación con un sello, un ejemplo muy claro es la escena de la música cristiana urbana donde muchos de los proyectos de las personas que vienen subiendo son hechos por familiares donde el artista logra que su entorno más cercano forme parte de su proyecto ayudándole.

Los derechos sobre las obras son todo un tema dentro de la industria y se han visto exhibidos en tantos problemas que ha habido de artistas exitosos como el vivo ejemplo de Taylor Swift que tuvo que regrabar dos de sus álbumes ya que por el tipo de contratos que firmó con su disquera había perdido prácticamente en su totalidad los derechos de estas obras.

Malamente se ha vuelto común que muchos artistas en sus pláticas mencionen que no son dueños de sus obras y es una de las cosas de las que más frecuentemente se queja ya que cuando logran tener, aunque sea un éxito por consecuente sus demás obras que ya no son de su propiedad generan ingresos de los cuales estos artistas no ven un solo peso.

Otra de las cosas en cuanto a este tema es el aspecto legal y las cláusulas del contrato que se pueda llegar a firmar con el sello porque al ser parte de una empresa esta solicita entregas que se tiene que cumplir durante un período particular donde se puede generar un incumplimiento contractual que tal vez pueda extender el contrato y esto perjudique la carrera del artista.

Lo que genera cierta presión y fatiga en cuanto a las actividades que se tienen que realizar a cabo como las ruedas de medios, presentaciones en vivo, sesiones de fotos y toda la parte comercial que la disquera prepara para promocionar al artista, recordando que el sello no hará nada para salvar una carrera y si no se tiene la disciplina necesaria para poder cumplir con el compromiso que representa dedicarse a la música y por último está la cuestión de que en muchas ocasiones la gente piensa que si una disquera firma un artista es una solución de por vida. (Arevalo, 2023)

Pero contrario a lo que muchas personas creen puede llegar el caso en que así como se pudo conseguir un contrato con cierto sello esta empresa lo pueda anular o rescindir como pasó en el caso de Jásón Derulo cuando antes de la pandemia estaba firmado pero la disquera lo soltó entonces este artista empezó a sacar temas y hace ese famoso aprovechando el encierro de la

crisis sanitaria y las plataformas emergentes que fue Tik Tok y después las disqueras lo querían firmar para todas sus canciones cuando ahora él tenía el poder y la posibilidad de decidir con quién trabajar por su posición de poder.

La diferencia principal entre un independiente y uno firmado es que el primero es una empresa y el otro un empleado, por eso hay que tener el control de la narrativa y de la carrera musical independientemente de tener el deseo de firmar con una disquera para ampliar las posibilidades de crecer, no hay que hacer largas las esperas y hay que considerar que si alguien llega es porque está interesado en el proyecto, cuando llegue ese momento se tendrá una mejor posición de negociar los términos que más justos sean en cuanto a lo que puedo ofrecer la disquera al artista, donde exista la posibilidad y el poder de ir trabajando proyecto a proyecto y no verse esclavizado en un contrato 360 donde la empresa se adueña de las obras por la eternidad. (DittoMusic, 2023)

El mejor escenario para el artista es cuando la disquera se acerca y ofrece trabajar en conjunto un proyecto donde las regalías se vayan a partes iguales el artista brindando el talento y la disposición para crear mientras que la disquera ayude a mercadear y alcanzar más personas, ese escenario posiblemente es el que consigue un artista que ya está relativamente posicionado y cuenta con más de 200,000 suscriptores en YouTube.

Gente que lleva trabajando varios años que ha establecido una carrera legítima y exitosa donde no lo saben todo y tal vez les falte algunas áreas por mejorar pero han dedicado el tiempo necesario para captar la atención de los sellos y tener una postura positiva en cuanto a la negociación de la relación contractual, de lo contrario a otros artistas que están sometidos por la disquera a los que ellos les propongan y puedan recibir ya que el músico está desesperado por firmar con una disquera y quiera encontrar un camino fácil para asegurar su futuro.

12. Los mitos más conocidos de la industria

La música como casi todas las industrias está llena de mitos y mentiras que los artistas sean acostumbrados a escuchar desde las más piadosas hasta auténticas tomadas de pelo, cuando un artista es más novato tiende a dejarse llevar y querer lo que le dicen, pero conforme va

adquiriendo experiencia y desarrollando ciertos sexto sentido debe empezar a detectar y a desterrar esos mitos y mentiras más fácil.

Cuando un artista es inexperto y muy joven debe escuchar todo tipo de argumentos, mentiras e ideas infundadas y si no tiene un manager experimentado o alguien de confianza que lo asesore suele dejarse llevar, pero no hay que creerse todo lo que escucha, el hecho de que comenten que así son las cosas o que siempre han sido así no necesariamente significa que son la verdad, está claro que la música como cualquier tipo de arte lleva un proceso de creación que no es precisamente una receta de cocina.

Sin embargo la inspiración suele mitificarse y tratarse como ese don divino que los tiene a expensas suyas y que están escurridizo que suele tener al músico durante meses o años sin generar algo decente o al menos eso le dicen a los principiantes, la realidad del asunto es que la inspiración se debe propiciar con una iniciativa propia para ser más prolífico está claro que no todo va a tener la misma calidad y le va a gustar por igual pero es precisamente ese es el encanto de poder producir porque tiene más de dónde elegir y puede ir perfeccionando su manera de crear, el músico que está viviendo una vida dispersa desenfocada o que no dedica el tiempo a planear y desarrollar su profesión y su trabajo profesional difícilmente va a tener lo que se llama inspiración.

Trabajar con disciplina y dedicar el tiempo con los recursos necesarios para crear no puede esperar que la inspiración llegue en el momento menos inoportuno para crear sus obras. Creer que un gran hit es todo es muy común ya que la en general la gente inmiscuida dentro de la industria suele decir que un gran éxito es todo lo que se necesita para hacer una carrera en grande tal vez antes de la época del streaming esto era más factible cuando los One hit Wonder eran recordados por más tiempo que en la actualidad quienes con una sola canción llenaron cientos de ciertos con un solo hit bajo el brazo. (AIMM, 2021)

Aunque también tenían más repertorio para revestir la historia estaba claro que vivirían y morirían con esa canción como su mayor logro. En esta época de la música siendo el streaming el modo en el que mayoritariamente se consume la música no se pueden construir carreras basadas en una o dos canciones.

La cantidad de música que publican será determinante en el volumen de ingreso y en sustentar una carrera con ingresos a largo plazo, además el público es cada día más exigente por lo que resulta difícil hacer que un fan desembolse dinero para comprar un boleto de un show si solo hay un éxito. Pero hay que pensar que cada artista es distinto no solo artista es distinto no solo a nivel musical sino en personalidad y estilo de comunicación por lo que no existe una estrategia que sea exactamente igual para aplicar a todos.

Sería una locura e incluso una pérdida de tiempo decir que hay que dedicar tiempo a alimentar y crecer cuentas en todas las redes sociales las que existen y las que seguirán surgiendo, en primer lugar, hay que establecer en qué plataformas el artista se siente más cómodo tanto generando contenido como interactuando si esto significa renunciar a algunas no es el fin.

No existe obligación para todas las redes sociales, con una o dos es más que suficiente para crear una audiencia e ir formando una comunidad que perciba al músico auténtico con sus mensajes y el contenido que proyecta a la audiencia, las redes sociales deben de trabajar para el artista y no viceversa, para no caer en la trampa de los algoritmos o con el único fin de crecer los números de seguidores o likes, también es importante no dejarse llevar por las modas por lo que si una persona percibe que hay una nueva plataforma o red social en la cual pensaría debe involucrarse esto debe ser reflexionado si es que va acorde con la personalidad y el propósito del proyecto.

13. Los estereotipos que se tienen en la industria

Ser juzgado por el gusto musical podría parecer una acción no tan acertada por parte de quien la realiza, pero debido a varios estudios que se han realizado a lo largo de los últimos años se han revelado que muchas personas utilizan su gusto musical como un medio de expresión de su identidad y es que los expertos investigadores encontraron patrones referidos hacia supuestos de los valores de la gente su clase social y hasta su origen étnico en función de su gusto musical.

Por ejemplo, los fanáticos del rock son comúnmente asociados a ser personas rebeldes y artísticas, pero con un manejo de las emociones inestable, los que se inclinan por la música clásica dan un contraste significativo pues son percibidos como personas agradables y que

poseen altas habilidades intelectuales, aunque se pueden considerar un poco aburridos y ser de apariencia no muy atractiva.

Los resultados de los estudios han mostrado que la música es una forma de expresión poderosa en el ámbito social, aunque esta puede reforzar estereotipos y fomentar potencialmente el uso de prejuicios sociales y es que al establecer un gusto o preferencia por un estilo musical parece ser como si fuese una insignia para informar a la gente sobre la personalidad y valores de cada uno de estos individuos.

Como seres sociales los humanos tienden a desarrollar técnicas que ayudan a predecir el comportamiento de una persona desde la primera vez que se tiene contacto con ella esto conlleva a que en un segundo no se puede realizar todo un análisis que nos brinde la información necesaria para conocer a esta persona lo más cercano es cuando se entabla una conversación y se hacen preguntas que nos ayudan a entender y construir una imagen de su personalidad.

Estas investigaciones sugieren que aunque nuestros juicios puedan no ser siempre correctos siempre se forma una primera impresión sobre alguien cuando se entabla una conversación sobre la música que le gusta, si bien usar estereotipos es una forma de realizar un análisis rápido y superficial de las personas para asignarles una imagen y personalidad a tratar mucho han influido los artistas que representan estos géneros por la forma en que se comunican a su audiencia y esto se apropian de algunas de sus cualidades.

Continuando con los estereotipos que relacionan algunas características de la personalidad con determinados estilos musicales el reggae se referencia con personas que cuentan con mucha creatividad, relajadas, que tienen un alto autoestima y son comúnmente extrovertidos, pero los estudios y la experiencia del día a día puede llegar a contradecir estos parámetros pues no se cumplen en la totalidad de los casos por lo que muchos expertos aseguran que los gustos musicales dependen de la exposición a los estímulos y las experiencias emocionales que les proporciona la música en ciertas etapas de su vida.

El estilo de música triste conecta con las emociones más complejas para desahogarse, olvidar cosas del pasado y evocar ciertas sensaciones, lejos de aumentar aún más la tristeza la música de este tipo genera lo contrario pues en los informes se tiene que a los pacientes les da calma,

felicidad y bienestar, ya que por los distintos tipos de pulsaciones y las frecuencias de sonido permite reproducir endorfinas, controlar el ritmo cardíaco y encontrar un estado de paz adecuada para el sistema nervioso central.

Durante los días de mayor estrés y carga emocional es recomendable poner música instrumental ya que esta normaliza la atención además de bajar la frecuencia cardíaca y lleva a la mente en un estado de paz. Si lo que se quiere es aumentar la energía y levantar el estado de ánimo una buena dosis de rock puede ser la solución ya que con el aumento del ritmo cardíaco las sensaciones son de éxtasis y euforia.

14. La inversión que hay detrás de un sello discográfico o estudio de grabación

Cualquier persona que va a emprender una disquera un sello discográfico debe entender el modelo de negocio donde el trabajo principales utilizar el máster sound recording que es la grabación de sonido de un artista, beatmaker o productor encargándose de producir y manufacturar que esa pieza exista para luego explotar la comercialmente buscando una distribuidora llevando esta música a que los consumidores la puedan escuchar, generando eventos, desarrollando videos con las letras y explotando la comercialización de esta obra, su trabajo comienza desde los A&R que prácticamente tiene que ver con las personas que están buscando artistas, repertorio y gente por fuera para poder firmarlos y esto cada vez ocurre más comúnmente con artistas que se están desarrollando y están en crecimiento por lo que es posible que quien quiera crear una disquera deba tener el ojo sobre estos artistas.

También se van a necesitar personas que estén en la parte de mercadeo y marketing digital para desarrollar la personalidad del artista, genera audiencia, conseguir captar fans y poniendo su música en las playlist y la radio para poder hacer que otras personas conozcan de este artista y demanden sus servicios en conciertos, mercancía, shows y entrevistas.

Se necesita una persona que maneje las finanzas llevando los royalty statements que son las facturas que llegan cuando se recuperan las regalías de los Masters que se generan por streaming o descargas de álbumes sencillos o ep, es la persona que manejan los catálogos además de las personas que manejan los catálogos que usualmente compran licencias para utilizar obras que ya han sido creadas o que son nuevas y buscan ampliarse en el mercado para comenzar a generar dinero con el tiempo ya que este es un ingreso pasivo.

Y por último tener personas que manejen la parte de negocios teniendo en consideración los aspectos legales que engloban contratos, derechos de autor y propiedad intelectual, acuerdos de grabación, co-publishing, acuerdos de exclusividad y todo esto tiene que estar como parte del sello discográfico, para continuar con el segundo punto que se centra en el financiamiento hay que saber cuánto dinero toma explotar la música después de saber cuánto cuesta tener el personal, comprar el equipo, adaptar las instalaciones, los adelantos para los artistas y todas las variables para considerar. (Brunotts, 2022)

Hay cuatro alternativas de financiamiento donde la número uno es propiamente invertir desde tu propia bolsa con ahorros o algún crédito que se pueda obtener de algún banco, el tercer punto puede ser pedir donaciones y que las personas contribuyan a tu propósito con dinero en plataformas como crowdfunding, indigogo o Patreon para poder financiar el proyecto o por último hacer un speech para conseguir inversión de personas que tengan dinero y estén interesadas en invertir en la industria musical donde recibirá dinero a cambio de un porcentaje de la empresa para poder recuperar ese dinero y obtener el financiamiento más rápido, como tercer paso hay que decidir cuál va a ser la localidad de la operación considerando las leyes que rijan el estado o país donde se ubique esta empresa porque hay ciertos lugares donde no es permitido convertir una residencia casa hogar en una oficina o empresa sin avisar al gobierno y hacer este cambio para pagar impuestos sobre la actividad y cumplir con todos los requisitos para tener la licencia de funcionamiento. (Patiño, 2023)

Preguntar si hay algún incentivo fiscal que promueva este tipo de negocios donde se obtengan facilidades de operación y contratación de personal especializado en esta rama, la siguiente que hay que considerar es la estructura legal de la disquera sabiendo si se va a emprender el negocio como individuo siendo así persona física asumiendo todo el derecho y las obligaciones que hay que cumplir haciéndolas tu responsabilidad o alguna sociedad que pueda ser fundada con amigos firmando un contrato de sociedad para establecer los derechos y responsabilidades de cada integrante.

Para así también establecer el porcentaje de dinero al cual será acreedor, otra alternativa es la corporación tradicional que usualmente no es muy recomendable porque en cuanto a temas de administración hay una mayor complejidad teniendo accionistas, juntas directivas y temas oficiales que pueden complicar la operación. Para establecer el nombre de la disquera el

punto anterior en cuanto a elementos legales para saber cómo registrar el nombre para propósitos de protegerlo como marca ante las instituciones gubernamentales siendo un nombre distintivo que puede ser complementado con las terminaciones music, label o records que son las que comúnmente se utilizan en la industria.

El Home studio no es un lugar solo para hacer música sino que tiene que ser un lugar cómodo y agradable que invite de alguna manera a que su propietario pueda expandirse creativamente ya sea un lugar específicamente destinado para esta actividad o compartirlo dentro de una habitación o dormitorio, primeramente lo más importante es adquirir una computadora que tenga al menos un procesador i5 y en el caso de Mac optar por la serie M1 que además de ser buenas computadoras van a tener proyección en el tiempo para poder utilizarlas durante muchos años además de tener en cuenta la Ram que debería de ser de 16 GB en adelante.

Si se da el caso de que la computadora tenga integrada un disco mecánico también conocido como HDD sería recomendable cambiarlo por un disco de estado sólido que mejoran la velocidad del equipo y optimiza el flujo de trabajo para quien lo vaya a utilizar, como segundo elemento importante hay que considerar qué software se va a utilizar para la producción y creación de la música, para comenzar está perfecto que se elija cualquiera de las opciones gratuitas como puede ser reaper que tiene todo lo necesario para aprender a utilizar este tipo de programas. (Suenapro, 2023)

Otra de las herramientas fundamentales para poder trabajar Son unos buenos audífonos que permitan escuchar lo mejor y más fielmente nuestro trabajo por lo que sí se puede destinar un presupuesto medianamente alto para este producto sería lo ideal para obtener unos buenos resultados y tener una buena fuente de escucha como pueden ser los audio técnica MX 50 o los Sennheiser hd650.

Por siguiente se tiene la tarjeta o interfaz de sonido y la más recomendable para comenzar sería la Focusrite Scarlett 2i2 que cuenta con dos entradas para conexión xlr y trs que son las más comunes a utilizar si es que se utilizan micrófonos e instrumentos para la producción musical en cuanto a grabación este aparato es el que da la conectividad entre el audio analógico al sistema digital de la computadora.

Posteriormente se puede analizar la posibilidad de adquirir monitores especiales de estudio que obviamente pueden dar la sensación de feedback y vibración escuchando la música sin la sensación de estar encerrados como lo es en los audífonos, aunque no es tan recomendable si el lugar no está propiamente tratado acústicamente para que la fidelidad del sonido que sale de los monitores no rebote en las paredes y los objetos que puedan estar dentro del cuarto.

Si se tiene la posibilidad económica de adquirir monitores de estudio hay que utilizarlos como una fuente de referencia para escuchar las producciones desde otros dispositivos y comparar cómo se escucharía en diferentes lugares, en el caso de que se desee adquirir este producto los más recomendables para iniciar sería los Adam tv5 o los focal alfa 50 también los Yamaha h7 son una buena opción si es que no se tiene un presupuesto tan grande.

Lo que sigue en este conjunto de herramientas son los micrófonos que hay de diferentes tipos clasificados en condensador que es de los más populares porque tiene una respuesta y definición muy interesante y delicada al momento de tomar audio y es de los más utilizados aunque para el uso en lugares que no están tratados acústicamente pueden llegar a ser un problema por su versatilidad y que los sonidos externos puedan ser captados por este lo cual puede ser resuelto por los micrófonos dinámicos que permiten grabar con muy buena definición aparte de ser bastante económico y además cancela el ruido no deseado dentro de las grabaciones que puede provenir de ventanas puertas y cualquier fuga de audio.

Finalmente los micrófonos de condensador pero especializados por su construcción con un diafragma chico que lo vuelve bastante direccional y permite grabar instrumentos acústicos, pianos, violines y voces un producto todo terreno que será de gran ayuda para los estudios que no están tan avanzados por lo que se considera como una muy buena opción para tenerlo en cuenta, algo de lo que suele pasar por desapercibido después de haber considerado dos los equipos anteriores son los cables que conectan los equipos con la computadora. (JDPMusicSchool, 2022)

Estos son el puente entre el mundo físico a la conversión digital por lo que es mejor no ahorrar en la compra de estos productos y elegir el de mejor calidad que seguramente durará bastante tiempo, el siguiente producto que puede brindar un confort dentro del cuarto de estudio es un controlador Midi porque es la entrada a aprender música ya que cuenta con teclas que simulan

ser un piano además de contar con pads para crear percusiones y knobs para controlar el volumen de algunos instrumentos dentro de la sesión.

Lo más recomendable para el inicio es adquirir alguno que cuente con 25 teclas que en teoría musical significa dos octavas las marcas que dominan la calidad de estos teclados son Novation, Arturia y Alesis, no hay que olvidar que al adquirir todos estos productos se esperaría poder pasar una larga cantidad de tiempo trabajando por lo que es importante adquirir una silla que brinde el confort necesario para poder estar sentado durante el proceso de producción sin comprometer la salud física con un buen respaldo donde se pueda sentir una gran comodidad además de construir o comprar muebles específicos y destinados a guardar o poner todos los productos ya mencionados. (Blackmore, 2022)

Y para finalizar el último toque que podría ser imprescindible si es que se quiere dar el siguiente salto a tener un espacio donde se pueda trabajar una producción de calidad es la acústica y sonoridad dentro del cuarto esto se puede lograr con alfombras, cortinas, muebles y ya de ahí cosas especializadas como trampas de bajos o paneles de lana de roca y difusores de onda para reducir el eco dentro del lugar y la escucha sea lo más fiel a la que pueda ofrecer los equipos.

15. Los artistas novedad del México underground

Amalia Ramirez mejor conocida como Bruses es una chica proveniente de Tijuana Baja California que en los últimos años ha recibido en la Ciudad de México viene con una propuesta musical influida por el rock y con un contenido lo-fi pop con pinceladas de electrónica es es una artista novedad que dentro de su música trata problemas como la ansiedad y la depresión que genera un vínculo con las personas que lo padecen mostrando su apoyo haciéndoles saber que no están solas y que está bien hablar de estos temas.

Bruces comenta que la mayoría de sus canciones son originadas de escritos provenientes de su diario el cual comenta es su versión más fiel a su persona por lo cual su música le genera un gran cariño, dentro de su composición el ritmo y la producción tienden a reflejar inquietud como un propósito de otra visión, esta artista independiente comenta que si siente parte de una comunidad de mujeres que están impulsando la escena para que la distinción de géneros se disuelva por completo dentro de la industria y de la sociedad. (Gonzalez, 2020)

Ivana ese nombre de una joven artista de 22 años que en la época de la pandemia pudo armar su proyecto musical donde ella es la voz y autora de las letras, junto a algunas de sus amigas que interpretan instrumentos como batería y guitarra conforman su agrupación la cual despuntó durante el tiempo de confinamiento y mediante el uso de redes sociales y plataformas pudieron hacer crecer este proyecto desde su cuarto compartiendo sus emociones y expresándolas en sus canciones que están catalogadas entre el pop y el R&B, la artista comenta que su música es un arte que tiene la cualidad de transmitir su sentir a las personas que la escuchan, generar Una sintonía entre mente cuerpo y corazón mediante voces acordes y letras.

Desde su temprana edad comenzó a tomar clases de piano guitarra y canto gran parte de su gusto fue influenciado por sus padres y la música que se escuchaba diariamente en su casa ahí comenzó a escribir canciones aunque no con la seriedad actual que ahora son su trabajo, ella confiesa que al ser independiente toma más trabajo el poder crecer dentro de la industria comenta que ha sido pesado pero lo hace porque es un proyecto que disfruta, por el momento pertenece a un sello discográfico conocido como Honey que se caracteriza por representar a la nueva generación pop de la escena en México.

Nsqk es un cantautor y productor mexicano que tiene el nombre de Rodrigo Torres describe su proyecto como una mezcla entre energía y nostalgia utilizando sus pensamientos para la letra de sus canciones que comenta son narraciones de sus pensamientos más profundos mientras que expresa mucho de su persona a través de su interacción con la audiencia y los elementos visuales que lo caracterizan. (Leòn, 2023)

Su llegada a la música desde los 13 años fue influenciada por la música electrónica en la época donde Swedish House Mafia, Deadmau5, Zedd y Skrillex le apropiaron un gusto por el género haciendo que despertara su interés por los procesos que llevan a cabo realizar una canción y descubrir más allá de cómo hacer su propia música para empezar a producirla con lo que él cuenta una laptop muy básica que le regaló uno de sus familiares.

Cuenta que en su carrera musical al principio no contaba con un balance entre sus estudios y hacer su música aunque estudió mercadotecnia y esto le fue de gran ayuda para hacer crecer su proyecto, confiesa que siempre ha tenido esta tendencia de considerarse el raro y que los demás lo percibieran de esa forma es por eso que su música se torna un poco experimental

dice que no considera formar parte de algún género musical por la distintiva función de sonidos que utiliza que van desde el pop hasta el rap.

Considera que es una de sus cualidades más interesantes y creativas para encontrar su estilo propio en búsqueda de su sonido, dentro de la industria este artista forma parte de una generación que expresa su honestidad y cautiva con la autenticidad de su proyecto aunque tiene su prioridad como productor y compositor le gusta involucrarse en cada aspecto que pueda brindarle un mayor conocimiento y acercamiento hacia su música, tiene como objetivo crear piezas que perduren en el tiempo y dejar una huella de la cual esté orgulloso eso lo tiene muy claro.

16. Las herramientas para los artistas

Todo mundo puede publicar música y cualquier persona puede publicar hoy una canción hecha desde su garaje creando la ilusión de que es un mismo terreno de juego donde está Taylor Swift y mi vecina que también quiere ser artista porque todos tenemos acceso a las plataformas, todos tenemos redes sociales y en teoría acceso a las mismas herramientas, pero la realidad es que no funciona así, aunque parece una ilusión muy bonita.

Las expectativas se tienen que alinear a lo que un músico, está desarrollando como artista emergente, hay una presión muy grande con esta situación del predominio de los contenidos cortos, la entrada de sus canciones a playlist editoriales y la inmediatez del contenido desechable intentando ser compositor, marketero y distribuidor lo que causa que la gente se vuelva loca intentando hacer todo que teóricamente exige la industria de la música.

Un artista tiene que primero analizar su situación propia si es que todavía trabaja o estudia y obviamente no se dedica a la música de tiempo completo sus expectativas deben de ser diferentes y competir contra sí mismo trazando su hoja de ruta para crecer en el camino que ha elegido, hay que aprender a distinguir entre los contenidos destinados para redes sociales y los que son para el proyecto musical. (SymphonicLatino, 2023)

Tiene que tomarse unas fotos decentes e invertir aunque sea una cantidad módica para armarse con lo esencial y no desmerecer porque no pueden salir con un demo en Spotify para continuar el ritmo de los grandes labels, el presupuesto que se permitan debe de ser bien administrado para dedicarlo al futuro del proyecto con la planificación que se tenga con base

a los resultados y aspiraciones y pensar que solo se puede hacer lo que se pueda con lo que se tenga especialmente si el artista no tiene un equipo de trabajo y no presionarse de una manera irracional a sí mismo y crecer el proyecto como si fuera un negocio porque aunque sea una pasión pudiera ser que no se tengan los recursos para dedicarse totalmente a este arte.

Escoger un equipo de trabajo puede parecer una de las tareas más complejas para un artista ya que hoy en día parece haber un síndrome dentro de los músicos llamado el "todólogo" que inconscientemente no deja que la persona adecuada haga su función dentro del proyecto o al no haber esta persona los esfuerzos por realizar su tarea o el conocimiento que domine el artista puede no llegar a ser necesario para conseguir un buen resultado.

No existe equipo perfecto pero la habilidad para delegar responsabilidades durante el proceso de creación se vuelve clave para cualquier proyecto y no solo en la música, en el trabajo es muy importante dejar las emociones y el ego de lado porque quién está en tu equipo obviamente no pretende perjudicar el proyecto sino intentar aportar lo más que se pueda del lado bueno.

17. Sus primeros pasos y recomendaciones

El paso a paso que debe seguir un nuevo artista para usar su primer sencillo sin tener fans y con la esperanza de que alguna persona la escuche consta de cinco elementos básicos como conceptos generales o ideas primeramente deben redefinir los tiempos y salir de esta idea de la inmediatez de las redes pensando que publicar una canción es como publicar un video de Tik Tok o un Reel de Instagram ya que no se puede pretender que un artista nuevo tenga los mismos tiempos de un artista ya consolidado que puede ser la referencia del que apenas va empezando y piensan que deben de llevar el mismo ritmo y tener las mismas expectativas creyendo que por arte de magia su música será escuchada.

Se debe realizar un ejercicio de bastante introspección y una labor de análisis definiendo a qué audiencia está dirigido el proyecto, hay que establecer a quién, con qué edad, dónde viven, qué actividades hacen, si estudian o trabajan, qué contenido les llama su atención, cómo se visten tener bien claro el público ideal al que le van a hablar para que todos los esfuerzos que vayan a hacer vayan dirigidos a ese público.

Hay que ser muy estratégicos con estas audiencias que al principio son muy precisas pero con el tiempo se van expandiendo, hacer un marketing de micro a macro para de esta manera cambiar la perspectiva, apoyarse de las redes sociales al inicio es básico para poder amplificar su mensaje y hablarle a la gente eligiendo este vehículo de comunicación, otro punto muy importante es hacer una labor de networking de contactos muy grande desde el propio entorno con músicos y profesionales hasta eventos como conferencias o masterclass para finalmente aprender a cómo convertir la audiencia o público incidental que tiene el primer contacto con su música a fanáticos para lograr conectar e ir generando una base de una comunidad para el proyecto.

La mejor práctica para cualquier artista es siempre informarse y actualizarse de lo que está pasando dentro de la industria, por qué cambia las leyes de copyright, cambian las plataformas y los algoritmos que benefician las obras que cumplen con todos los requisitos para ser impulsadas, tener todo afirmado y por escrito es una clave aunque sea un artista muy pequeño y nadie lo conozca y piensa que no le van a robar su música es mejor que en el estudio con cualquier productor firmen una carta de reparto y firmen un contrato que establezca las condiciones de las regalías, quién es el dueño y de quién es la cuenta en la plataforma. (Linares, 2020)

Un artista siempre va a necesitar de una inversión considerable para despegar de lo que podría ser un amateur para convertirse en un profesional dedicado a la música, por lo que no es recomendable dejar de trabajar o salirse de estudiar por dedicarse el sueño de ser el artista, primeramente se deben de tener una cantidad de ingresos significativa para que pueda tener un soporte estable mientras se sigue nutriendo el proyecto, rodearse de gente que sepa hacer las demás cosas que se necesitan el camino ya sea un abogado, diseñador gráfico y videógrafo para no pretender hacer todo y que los profesionales y conocedores puedan aportar siendo gente de confianza.

A veces algunos artistas solo se quedan con la parte de hacer un videoclip o solo el lyric video sin tomar en cuenta que actualmente hay muchas formas para promocionar una canción y crear contenido que pueda impulsarla a qué más personas la escuchen, la manera de transmitir el mensaje es importante porque a lo mejor la estrofa o el coro que se está promocionando en anuncios pagados no es la que realmente conecte con la audiencia sino que tal vez sí la

canción es un poco triste puedan poner un fondo del mar en el atardecer o una toma de la lluvia desde un cuarto que pueda ser más relevante para la audiencia y conecte más que la mayoría de artistas que se graban enfrente de un micrófono con las gafas y haciendo playback de la canción.

Hay que vender el branding propio como artista, la canción o el mensaje que quiere dar la canción y muchas veces los artistas se quedan probando solo una de las tres, he ahí la importancia de un equipo donde se pueda organizar un timeline para trabajar todas estas opciones que amplifican las oportunidades de ser descubiertos y generar un crecimiento orgánico. (Indeed, 2023)

Muchas veces el tiempo de la cultura musical puede beneficiar o perjudicar la obra puesto que si algún artista más grande lanza su álbum que lleva creando desde hace tres años posiblemente minimicen el éxito de los artistas independientes pero ahí cabe la improvisación para que de ese álbum tal vez se pueda referenciar algo que se parezca para no perder toda la atención de ese lanzamiento, la estrategia de los previews es ya muy conocida y es de las que más genera expectativa en los oyentes y desarrolla interacción en las redes para ir moldeando esa estrategia.

18. Cuáles son los errores más comunes

Para comenzar una de las prácticas que se debe evitar sí o sí cuando un artista es nuevo es no registrar sus canciones y lanzar su música o grabar su música sin registrarla como autores y mientras está trabajando con algún compositor o arreglista de repente se dan cuenta que alguien más ya la subió y se adueñó de la propiedad intelectual de la obra.

Una de las prácticas más comunes es lanzar su música en frío ya que tienen varias canciones hechas en su computadora y les urge publicarlas en todas las plataformas, pero no toman en cuenta que en sus redes sociales no han publicado nada en los últimos tres meses y nadie sabe nada de estos artistas entonces es contraproducente que suelen ser escuchados cuando no han hecho alguna estrategia para llamar la atención y preparar a la audiencia para sus nuevos lanzamientos.

Otra cosa que es muy frecuente de parte de los artistas emergentes es utilizar material no autorizado para sus obras que tenga derechos de autor como pistas, samples, pedazos de

videos, estrofas de una canción o cualquier material que puede ser inmediatamente bloqueada por derechos de copyright, las inversiones mal planificadas tomando en cuenta que los recursos cuando se va empezando son algo limitados no tienen pie a gastar 10,000 pesos en un video que lo dejará sin dinero varios meses o contratar un productor de renombre que piensa lo llevará a la fama y quedarse sin dinero para marketing son prácticas que dudosamente generan el éxito deseado.

Algo que ya no es tan común pero todavía existe es que los artistas nuevos tienen la creencia de que porque van empezando pueden conseguir que personas les trabajen gratis a cambio de recomendaciones o menciones en sus redes sociales lo cual no es una práctica ética ya que todos los que se dedican a la música hacen directa o indirectamente una inversión para contar con un equipo que les pueda ser de ayuda para trabajar, intentar tocar de todos los géneros y estilos posibles puede ser una mala práctica puesto que el captar tanta audiencia con diferentes cualidades al final de cuentas genera tráfico pero no engancha a las personas para que se queden con el artista. (Latino, 2020)

Pensar que un contrato en un sello discográfico será el triunfo de la carrera del artista es un error pues continuando con este concepto de que la música es un negocio el sello también querrá obtener ganancias por lo que si no hay los resultados esperados por parte del artista la disquera podría rescindir el contrato y hasta bofetear al artista que no pueda haber cumplido con la expectativa de la empresa.

19. El papel de la inteligencia artificial en el futuro

Como ya sabemos la inteligencia artificial es bastante nueva entre comillas y ha avanzado muchísimo en estos últimos tiempos y ya se ha visto todo con la nueva aplicación llamada Chat GPT donde se pueden hacer cosas como escribir letras, componer música y es más hay videos de cómo hacer que esta aplicación está enlazada a otros programas para crear música y también se puede aplicar en otros rubros.

De alguna manera está empezando a mostrar que se puede hacer un trabajo increíble con la inteligencia artificial replicando voces de artistas famosos con una interpretación sin igual, la cuestión más de fondo es que la herramienta más allá de que en el futuro termine de perjudicar a la humanidad la preocupación que se tiene es al consumidor quién es el que

busca este arte como un medio de expresión el fin de la canción es reflejar la emocionalidad y las sensaciones que una persona está sintiendo más allá de su creación.

La desvalorización del arte en sí y el hecho de crear productos exclusivos como medio de entretenimiento ha deteriorado la capacidad del que consume para disfrutar el arte como una idea o concepto satisfaciendo sus necesidades sin importarle el origen de las obras o piezas que se ofrecen en las plataformas, eso ha llevado que el filtro que tiene el consumidor a la hora de escuchar este arte sea prácticamente nulo.

Parece que el futuro de la música ya está en jaque desde hace tiempo por la forma de consumir que ha cambiado con el pasar de los años, pero por otro lado la tendencia siempre lleva a la experiencia haciendo que el show en vivo tenga un valor intrínseco muchísimo más grande con una experiencia audiovisual y el artista que siempre de alguna manera se estará buscando la sensación de unidad, grupo y pertenencia.

Está claro que va a existir un cambio de paradigma pero la visión también puede ser un poco más esperanzadora para los músicos de verdad ya que cada vez estas herramientas son más avanzadas y le facilitan el desarrollo de talento a quien en verdad quiere dedicarse a esto, la inteligencia artificial viene a competir con los cantantes que dependen de pura y exclusivamente las herramientas como la corrección o afinación en tiempo real y siempre habrá un público que prefiera un artista capacitado para poder interpretar componer y producir una obra que tenga una propuesta de valor para su audiencia.

Siempre va a haber un público que necesite de ese sentido de humanidad y busque refugiarse en una figura destacada que le dé aspiraciones a querer ser más eso ninguna línea de código tecnológico lo va a brindar y aunque tal vez ya no vayan a existir las bandas legendarias que trasciendan épocas como lo fue metálica o Kiss siempre para todas las generaciones habrá artistas y consumidores. (LaMusica, 2023)

Nuestro nuevo mundo está avanzando muy rápido en el que la inteligencia artificial está creando nuevas formas de creatividad y transformando muchas industrias, la tecnología provoca puntos de inflexión en la historia y ya lo hemos visto innumerables veces donde puedan ocurrir dos escenarios donde no se sepa dónde encajar la IA y la industria musical

se vea amenazada o ser aprovechada para dar un salto en como muchas personas expresan y puedan aterrizar sus ideas en pocos segundos.

La creatividad no es lo mismo que la habilidad técnica y a veces los confundimos porque a menudo necesitas uno para demostrar que se tiene el otro y el hecho de haber estado reduciendo la destreza técnica que se necesita para expresar la creatividad es cómo se ha conseguido a lo largo de este tiempo resultados muy buenos.

Hace cientos de años con poner música era un lujo reservado para aquellos con acceso a una educación musical exclusiva ya que requería un conocimiento profundo de la teoría musical y de cómo escribirla o haber nacido en una familia de músicos, pero gracias a la revolución de la tecnología y tener más acceso a conocimientos hemos visto nacer a muchas estrellas.

CONCLUSIONES

No cabe duda que en el área del entretenimiento la industria de la música seguirá siendo una parte protagonista con un crecimiento progresivo en infraestructura y la recaudación de ingresos, pese a que en la actualidad se siente una evidente saturación de canciones y artistas nuevos luchando por captar la atención de la mayor cantidad de audiencia posible, esto solo se traduce a más dinero invertido en el sector.

El comportamiento de consumo de las personas que escuchan música en las plataformas de streaming digital no parece que vaya a cambiar al menos en un futuro cercano y cada vez son más los consumidores que adquieren membresías con costos accesibles para tener la posibilidad de tener toda la música disponible en el almacenamiento de sus dispositivos móviles.

Los eventos de música en vivo han recuperado el interés de las personas que se vieron forzadas a pausar sus vidas por la ya conocida contingencia de salud que arremetió contra toda actividad económica que se suscitara dentro de grandes plazas dedicadas a conciertos, la recuperación ha sido lenta pero cada vez existen más eventos de este tipo llegando a lugares donde no existe la posibilidad ni las comodidades que hay en Ciudad de México, Guadalajara o Monterrey.

Una de las limitaciones más evidentes es que hay muy pocas instituciones y espacios públicos donde un artista emergente pueda desarrollar sus habilidades musicales para que después de encontrar su estilo quiera formalizar e invertir una mayor cantidad de tiempo o dinero en su proyecto, prácticamente lo más accesible para una persona común que quiera adentrarse en el mundo de la música tiene que decidirse por entrar a clases de instrumentos y canto en alguna institución privada donde aparte de pagar por las clases tenga que invertir en adquirir su propio instrumento para poder practicar en casa.

En todas las investigaciones previamente analizadas se ha encontrado que con la nueva era digital y distribución de música a través de agregadoras ahora el artista debe de adoptar un rol de músico y creador de videos, pues como es bien sabido las redes sociales ahora más que nunca están jugando un papel fundamental en cuanto al alcance que un artista nuevo puede tener solamente dedicándose a su instrumento y música.

Y es que además de realizar la labor de aprender a utilizar un programa de edición de videos, deben de estudiar los famosos “algoritmos” de cada plataforma que favorece “aleatoriamente” a los videos que contienen cierto tipo de hashtags, iluminación, narración de historias y calidad de imagen.

Por lo que ahora el tiempo libre del nuevo artista, músico o cantante ya no puede estar estrictamente dedicado a su música, sino que debe abarcar la mayor cantidad de áreas con los conocimientos básicos que pueda adquirir para mantener su proyecto a flote mientras intenta conseguir la atención de alguna disquera o mayor label.

Se espera que el resultado de esta investigación contenga la información que permita a los artistas emergentes hacer un su propio plan de acción y llevarlo a cabo progresivamente en un proceso de mejora constante, no existe una guía concreta que puedan seguir todos los artistas debido a que no todos cuentan con el mismo tiempo para dedicar a su proyecto, ni el mismo presupuesto a invertir y obviamente las diferencias que hay entre géneros limita las estrategias que puedan realizar cada uno con su música.

Las fortalezas de los estudios consultados han sido bastante generosas con esta investigación pues, aunque no todas fueron dedicadas al mercado mexicano, toman una generalidad al abarcar los temas que pueden ser aplicados en el contexto de la cultura latinoamericana y de

España, a pesar de ser culturas con sus respectivas diferencias en cuanto al consumo de música, en todas se puede encontrar información de utilidad para cualquier artista hispano.

Todavía queda por resolver lo que pasará con las nuevas tecnologías que representan un desafío extra a las personas que apenas quieren adentrarse en la industria musical, pues la implementación de la inteligencia artificial para la creación de canciones y artistas digitales representan una competencia avanzada al entendimiento que pueden tener los nuevos proyectos musicales, además del emergente pero creciente avance de la tecnología “Dolby Atmos” que implementa una experiencia de escucha inmersiva con múltiples fuentes de audio.

CAPITULO 3

MARCO CONTEXTUAL

Dentro de esta investigación el objeto de estudio se centra en cómo es que los artistas emergentes pueden realizar esfuerzos que no necesariamente tengan que ver con el factor económico o poder adquisitivo para que su proyecto musical pueda despegar y así progresivamente mediante la generación de fuentes de ingreso como las presentaciones en vivo mercancía y regalías mecánicas puedan conseguir vivir de su pasión dedicándose a la labor de su arte.

A pesar de hechos bastante evidentes que como consecuencia dificultan el objetivo que muchos jóvenes ven como desalentador ya que al adentrarse cada vez más en este sector de entretenimiento se dan cuenta de que antes que nada cualquier tipo de industria siempre va a ser un negocio por lo que las habilidades musicales no son garantía de éxito y prevalencia tomando en cuenta que son muchas las personas que compiten dentro de este ramo y una de las características más desafiantes en el mercado mexicano en cuanto a música se refiere es la ayuda de contactos que puedan brindar su apoyo en distintas tareas.

Desde ejercer su influencia para que los artistas emergentes consigan mejores oportunidades hasta formar parte de patrocinios con marcas a conveniencia de que se apueste por un retorno de inversión mayor en comparación con otros músicos que quizá pueden tener todo lo necesario en sus canciones pero que al momento de buscar ese impulso que le pueda dar la visibilidad requerida su proyecto se quedan cortos o simplemente no cuentan con la habilidad para buscar la forma de que esto suceda.

Además de que los géneros musicales en México son bastante remarcables ya que son pocos los que predominan dentro de la industria y esto causa que el apoyo se vea solidificado en unos cuantos artistas y volviendo al tema económico y del negocio entendiblemente se invierte en artistas que ya están consolidados y pueden captar un mayor número de escuchas en las plataformas de streaming que se traducen en la venta de boletos para presentaciones en vivo que en la industria musical son las fuentes de ingreso más fuertes para cualquier persona que se dedica a este ramo.

Aunque igualmente esto depende de la zona donde el público se encuentre porque un grupo de Banda norteño es más fácil que se consolide en estados como Tijuana, Sonora y Sinaloa a comparación de un artista de rock alternativo que posiblemente tenga un público de mayor aceptación en la Ciudad de México que es bien conocida por su gran diversidad de población y gustos musicales todo esto fuente de estadísticas y artículos mostrados en las últimas publicaciones de plataformas como Tik Tok y Spotify México.

La relevancia de esta investigación se evidencia en la oportunidad actualmente desaprovechada para posicionar a artistas mexicanos en los rankings globales que indirectamente benefician al país y la comunidad en general porque al ser figuras públicas locales fomentan el comercio el turismo y el interés que puedan tener países extranjeros como Argentina, Colombia y España sobre el territorio nacional y no es solo eso sino que también provee de reconocimiento y validación cultural por sobre otras artes que no son tan aclamadas como la danza folklórica y pintura al óleo.

Todo esto recae en un cúmulo de acciones que benefician tanto económicamente como cultural y socialmente ya que México cuenta con una de las poblaciones mayormente activas y de mayor adquisición de servicios de streaming en música digital debería de ser claramente una potencia ante países globalizados como Estados Unidos, China y Reino Unido.

Lamentablemente esto no se ve reflejado los informes que año con año son publicados por las páginas web que se dedican a recabar todos estos datos estadísticos que si bien pueden no representar algunas veces la realidad de lo que pasa en la industria musical en su momento, bien es sabido que es una carrera de resistencia para quien se quiere dedicar a la música y vivir de ella.

En México la mayor influencia en cuanto a organismos públicos dentro del sector musical es la de iniciativa privada que cuenta con instituciones como la secretaría de cultura la escuela superior de música la universidad de Guadalajara y el fondo nacional para la cultura y las artes como sus protagonistas dentro del sector público.

Hablando dentro del sector privado se encuentra la sociedad de autores y compositores de México y la asociación mexicana de productores de fonogramas y videogramas que son los

principales representantes en cuanto a los agentes individuales de hace artistas, músicos, compositores, cantantes y productores.

Un artículo elaborado por una institución de origen español asegura que las ferias y los eventos sociales masivos son el principal factor que genera ingresos económicos además de brindarle un mayor alcance al artista en su localidad y enumera como las más importantes la feria de San Marcos, el evento FIM en Guadalajara, el festival Vive Latino y uno de los más recientes que ha tomado gran relevancia en el mercado latino el Tecate pal norte.

Mucha de la información previamente analizada tiene como influencia a los siguientes protagonistas de la escena musical con un enfoque dirigido a la administración y desarrollo de los proyectos emergentes y que gracias a ellos existe un margen de referencia para entender cómo es que funciona la industria y cuales podrían ser las estrategias a tomar en cuenta para lanzamientos, campañas, alianzas comerciales y todo lo que tiene que ver con la formalidad de un artista como marca.

Ana Luisa Patiño consultora de marketing especializada en el desarrollo de estrategias de marketing, producción y distribución musical, con experiencia en Universal Music Group, Warner Music Latina y gerente de marketing en The Walt Disney Company.

Alexiomar Rodriguez abogado especializado en propiedad intelectual, recolección de regalías y asesoramiento legal para artistas hispanos independientes.

Lilian Cazares estrategia digital y consultora de marketing para músicos.

Connie Fuentes empresaria en el negocio de la música, trabajando como tour manager y jefe de logística en festivales líderes en el mundo del entretenimiento, tour manager del grupo Enjambre.

Malfi Dorantes fundadora de MalfiCo, primera agencia en México especializada en el manejo de prensa y relaciones públicas de proyectos musicales. Al mismo tiempo profesora de materias Ciencias de la Comunicación y asesora para planeación estratégica de proyectos musicales independientes, también a ser columnista y curadora musical en medios impresos y en radio.

CAPITULO 4

MARCO TEÓRICO

1. Industria Musical

El inicio de la música se puede tomar en cuenta desde las primeras civilizaciones, siendo parte de las tradiciones de la sociedad como pudo ser en las iglesias, la manifestación dentro de las diferentes culturas y ámbitos de carácter religioso, aunque realmente esto comenzó a ser un negocio desde que a finales del siglo XVIII y comienzos del siglo XIX las familias estadounidenses de clase media gracias a su poder económico podían permitirse adquirir instrumentos como el piano y mediante partituras crear composiciones o simplemente interpretar canciones ya existentes que contenían una mezcla específica entre ritmo, melodía y armonía.

Todo esto según Dan Charnas autor del libro “The Big Payback: The History of the Bussiness of Hip-Hop” donde relata cómo tras haber entrevistado a más de trescientas personas pertenecientes a la industria contando con el apoyo de artistas, managers, productores, Dj’s, promotores y ejecutivos de grandes disqueras pudo plasmar mediante su libro el impacto que tuvo la cultura del Hip-Hop dentro del país norte americano las últimas décadas. (Charnas, 2010)

La industria musical es un concepto que abarca una gran cantidad de actividades y empresas variadas que van desde los artistas emergentes que se valen por ellos mismos a través de agregadoras que se pueden considerar como pequeñas o medianas empresas, hablando de las grandes corporaciones o conglomerados dedicados a la industria del entretenimiento y más específicamente a la musical se engloban tres sectores principales los cuales son las discográficas, los editores que son los que se encargan primordialmente del tema de los derechos de autor y la música en toda su esencia.

El negocio musical en su fundamentación vive de la creación y aprovechamiento de la propiedad intelectual de la composición de una pieza, escritores y letristas producen canciones, arreglos y letras que se interpretan en vivo sobre un escenario, se graban y distribuyen a los consumidores o se les crea una licencia para cualquier otro tipo de uso, dentro de estos tipos se encuentran los medios de televisión, radios y medios.

La anterior estructura mencionada ha dado como resultado tres industrias musicales centrales: la discográfica con la tarea de grabar y distribuir la música a los consumidores, la creación de licencias para permitir a grandes empresas la explotación de composiciones comerciales y la música en vivo concentrada en producir y promocionar espectáculos como lo son conciertos, transmisiones en vivo y demás. (González, Cual es la historia de la industria musical, 2021)

1.1 Conceptos de industria musical

Según Rodríguez (2020): “La industria musical es como cualquier otro tipo de industria donde un conglomerado de personas pertenecientes a la misma, tienen un rol importante donde desarrollan su trabajo para comerciar un producto y generar ingresos”

Astegiano (2021) menciona que: “Lo que básicamente hace una industria es intercambiar un bien o transformar un bien en otro que sea demandado por un consumidor, entendiéndolo en simples palabras musicales los artistas ponen un producto que es la música, la industria musical elabora un producto a partir de eso y lo entrega a nuestros oyentes”

Mi definición personal para la industria musical dice que “La industria musical es un conjunto de organizaciones relacionadas entre sí que a través de productos de audio digital realizan actividades de distribución y comercio a través de plataformas digitales y copias físicas”

2. Disquera

Uno de los momentos con mayor relevancia para la música fue cuando Tomás Alva Edison en 1877 crea el fonógrafo, un artefacto con la tecnología necesaria para que una persona pudiera grabar su interpretación particular de una composición en un cilindro de cera cubierto de papel aluminio, con el cual se podía capturar el sonido y reproducirlo cuantas veces fueran requeridas.

Esto dio paso a que en la época de los noventa el proceso de que una casa disquera firmara a un artista permitiera que lo desarrollaran, grabaran, guiaran, promovieran y manejaran sus regalías, lo que hoy en día se hace es encontrar y desarrollar el camino del artista para que así se pueda ofrecer el proyecto a un sello discográfico y este se dedique únicamente a la distribución y el plan de marketing que se llevará a cabo, esto tras analizar que producir a un

artista sin estar previamente consolidado en la industria generaba una pérdida de tiempo y dinero para los sellos discográficos. (González, 2022)

Las ventajas de trabajar con una disquera son amplias pues una persona que apenas va comenzando en la industria no podría permitirse adquirir los equipos necesarios para competir con la calidad estándar de los tiempos actuales, además de que le tomaría bastante tiempo aprender a utilizar correctamente cada uno de estos aparatos y posteriormente de grabar algunas canciones tendría que aprender sobre teoría musical e ingeniería en audio para entregar un archivo distribuible con los requerimientos necesarios para ser impulsado por las plataformas de música.

Todo esto y demás la disquera lo facilita brindando al artista lugares para grabar, productores o beatmakers para realizar sus composiciones e ingenieros de audio y mezcla para terminar de pulir aquellos productos, ya que no todo es gratis al artista se le hace firmar un contrato donde a cambio de lo anterior puede entregar algún porcentaje de las ventas que genere su catálogo de éxitos, los derechos de su imagen, créditos editorial o licencias comerciales para transmitir su música por radio, televisión, redes sociales, eventos masivos, etc. (Gaby, 2014)

2.1 Conceptos de disquera

Según Rodríguez (2021) una disquera: “Es un tipo de negocio que consiste en la manufactura, venta y distribución de grabaciones de sonido”

El sitio web Educalingo (2023) menciona que: “Es una empresa que se dedica a realizar grabaciones de música, así como su comercialización y distribución. Algunas de estas compañías tienen sus propios estudios de grabación y audio para buscar el mejor sonido en la grabación de un disco como productores discográficos.

Además, se encarga de producir artistas de cualquier género musical, lanzar nuevos cantantes, proporcionar lo necesario como la producción de videoclips, CD, la promoción en la radio, recientemente descargas de canciones, realizar conciertos, entre otras cosas más.”

Mi definición personal para disquera es “Es una empresa que se dedica a la tarea de buscar personas talentosas para adentrarlas de lleno en la industria musical y mediante grabaciones, composiciones e interpretaciones desarrollar su carrera artística”

Este modelo de negocio requiere de algunos medios financieros, así como también una amplia red de relaciones en el espacio artístico y comercial.

2.2 Que servicios puede ofrecer una disquera

Uso de estudios de grabación: acústicamente tratados que permitan la grabación de múltiples instrumentos a través del uso de una sala destinada para la captura de audio, el uso de preamplificadores y micrófonos de alta calidad adecuados para el tamaño del espacio y por supuesto una gran variedad de instrumentos.

Renta sala de ensayo y producción: donde los músicos y artistas pueden probar distintos equipos para utilizar en conciertos en vivo, exposiciones y conferencias destinadas a espacios como auditorios, estadios, teatros, etc.

Arreglos y producciones artísticas: en concepto de consultoría donde la persona interesada se comunica con la disquera y mediante una idea bien concentrada se busca algún músico o ingeniero de sonido que pueda mediante softwares especializados crear simulaciones de lo que el artista está buscando conseguir.

Reamping: es un servicio que consiste en revisar sonidos provenientes de plug-ins en distintos amplificadores para conseguir un resultado profesional donde se busca la mayor calidad de sonido a través de dispositivos especializados en estas mediciones.

Distribución digital: Para difundir la música en los diferentes canales de distribución colocando la música en la mayor cantidad de plataformas digitales y de descarga como iTunes, Amazon, Google Play en streaming de canales como Spotify, Deezer, Soundcloud, Apple Music, Amazon Music, Youtube y también Tiktok e Instagram.

Locución, doblaje y diseño de sonido: grabación de doblaje para películas, voz en off para anuncios de televisión, cortinillas de radio, posproducción de cine.

Asesoramiento de derechos de autor: Un equipo de expertos que se hace cargo de todas las formas de aplicación legales para la protección del trabajo del artista relacionado con la distribución física y digital, sus derechos y usos de imagen y la explotación de la misma.

Impresión de cd musical: Cuenta con las maquinas necesarias para la producción masiva de discos en serie dentro de todas sus etapas hasta poder ofrecerse protegido por un case de plástico y contando con su caratula impresa.

Producción de video y monetización de YouTube: La captura de video y audio fuera del estudio donde se trabaja con un equipo especializado en video cinematográfico, fotografía profesional, post producción y edición final de contenido audio visual.

Gadgets personalizados y merchandising: un equipo de diseñadores, ilustradores y creativos ayuda a crear objetos como gorras, camisetas, sudaderas, tasas, stickers y cualquier producto físico que pueda ser adquirido por los fans del artista.

Social Media Marketing: Estrategias de medios sociales donde se analiza minuciosamente el proyecto de la banda o musico proporcionando el público objetivo para trabajar mediante interacciones medibles y diversos planes de acción con contenido original y optimizado en función de obtener mayor alcance.

Escuela de música y educación adicional: cuenta con profesionales dedicados a instruir adecuadamente la labor musical contando con composición, teoría, ejecución de instrumento y demás.

Servicio técnico de audio, luces y proyección visual: Un equipo especializado en eventos masivos en vivo que conoce como realizar instalaciones de equipo de audio e iluminación. (Muchosnegociosrentables.com, 2020)

3. Productor Musical

La figura del productor resulta ser complicada de explicar con respecto a otras áreas de la industria del entretenimiento que comparten el mismo puesto, en la industria del cine por ejemplo el productor es el responsable de la obra cinematográfica, es el representante legal de la pieza y debe priorizar su atención a que todo funcione desde contratar al personal, asegurar los lugares donde se va a rodar, tener listos los equipos, contar con los actores y escenografía, los maquillistas, auxiliares de iluminación y demás puestos que resulta abrumador el dirigir a tantas personas a la vez.

El papel del productor no es tan visible dentro de la industria ya que generalmente no está en el escenario, sin embargo, su trabajo es parte fundamental de que una canción pueda aspirar a ser un éxito, para realizar esta tarea se necesita de muchas habilidades técnicas, saber gestionar proyectos, tener liderazgo y amplios conocimientos dentro de escena musical.

El productor siempre está muy de cerca con los ingenieros de sonido, compositores y artistas pues trata de plasmar su visión manejando presupuestos, eligiendo las canciones, organizando donde y cuando se grabarán, que músicos participarán y con qué instrumentos lo harán.

3.1 Labores del productor:

Dedicar tiempo a escuchar demos de artistas y tomar decisiones sobre si tienen el potencial de convertirse en grandes éxitos que tengan un impacto considerable en la industria.

Construir conceptual y mentalmente el resultado final de un disco y bocetarlo en partituras o en un secuenciador.

Elegir el lugar de trabajo más adecuado para que un artista y sus músicos puedan liberar su creatividad dentro de este y la creación sea fluida.

Tener un criterio presente de calidad en cuanto al diseño de sonido y la calidad de las tomas realizadas en grabaciones de audio.

Ayudar en la post producción, la mezcla de sonidos y la masterización de la pieza.

Participar en la búsqueda y organización de eventos en vivo que como resultado brinden más oportunidades de salir al escenario a sus artistas.

Trabajar con los equipos de marketing en las campañas de promoción de los temas.

3.2 Requisitos para ser un productor musical

Si bien no es necesario tener un título universitario que avale estos conocimientos, la mayoría de estos profesionales saben de:

Música: Generalmente un productor es un músico experimentado que posee de amplios conocimientos en teoría musical y por lo tanto también domina algún instrumento.

Ingeniería de sonido: Sus conocimientos técnicos son generales en grabación de música y uso de equipos para la captura y edición de audio.

Composición musical: No es estrictamente necesario que un productor pueda tener la facultad de ser compositor, pero sí debe de entender la teoría para poder con sus conocimientos mejorar o corregir algún detalle de la canción.

Gestión de personas: El productor frecuentemente suele estar a cargo de todo el equipo que contribuye a la grabación y promoción de un disco, en ocasiones músicos y artistas no conocen estos procedimientos y es tarea del productor reiterarles la importancia de realizar su trabajo con las indicaciones claras para conseguir un buen resultado, es su responsabilidad tener el producto deseado teniendo en cuenta el presupuesto disponible y el tiempo de entrega acordado.

Negocios y finanzas: En un proyecto musical existen dos tipos de productores, el ejecutivo que principalmente es el que se encarga de las finanzas y el musical que se encarga de trabajar la obra artística.

3.3 Habilidades que favorecen al productor musical

Creatividad: Tener buenas ideas complementa el amor a la música y estos son ingredientes clave para convertir una simple canción en un producto de gran calidad potencialmente comerciable para que las personas lo escuchen una y otra vez.

Relaciones interpersonales: Un productor debe de tener la capacidad de establecer contactos con diferentes personas involucradas en empresas discográficas, editoriales de música, agencias de marketing, managers, músicos y otros productores.

Comunicación: El productor debe saber transmitir y expresar sus ideas a artistas y otras personas clave dentro de los miembros del proyecto.

Gestión del tiempo: Esta persona debe ser metódica y saber organizarse, ya que es el encargado de tener todo planificado, controlar sus tiempos y coordinar cada etapa de la producción.

Paciencia y resiliencia: Sus funciones pueden llegar a ser agotadoras y estresantes cuando se trabaja contra el reloj o las cosas simplemente no se dan como se esperaba, un productor necesita resiliencia para enfrentar cada situación adversa y ajustarse a cualquier imprevisto.

Motivación: El trabajo de la producción muchas veces no tiene un horario fijo u una paga diaria, en esta profesión se debe estar dispuesto a laborar con entusiasmo, incluso cuando esto sea durante varios días y prolongadas horas.

Visión: Para conseguir reconocimiento en su carrera, el productor debe de tener metas claras, las cuales le permitan mediante estrategias bien estudiadas enfocarse en algún tipo de género, trabajar con un sello en particular o ser parte de un equipo de trabajo o artista en especial.

Flexibilidad: A pesar de tener objetivos bien establecidos es recomendable que un productor se mantenga atento a las oportunidades que puedan surgir en su camino, debe de considerar algunas opciones que pudieran resultar bastante satisfactorias en su carrera y en su desarrollo a nivel personal. (Indeed E. E., 2021)

3.4 Conceptos de productor musical

Según González (2020): “El productor musical es el que lleva la batuta artística de esta misión ejecutiva. Este productor puede ser el ingeniero de sonido, un músico externo o de la misma banda o puede ser una mezcla. Puede ser un productor solo o en conjunto con uno de estos personajes. Puede incluso ser alguien que esté fuera del área de la música y llegue como una especie de árbitro, un gurú que decide qué le gusta o que no, puede ser cualquier cosa, y eso depende de lo que necesita la banda”

Herbage (2021) menciona que: “El trabajo del productor es un ejercicio de lenguaje: interpretar qué es lo que quiere decir el músico. Es como un ejercicio de traductor de idioma, y en ese sentido hay gente que es más receptivo”

Mi definición personal “Un productor es aquel que dedica su tiempo y esfuerzos a colaborar con artistas, músicos y compositores para construir una obra que lleve la raíz de sus ideas armónicamente unidas”

4. Ingeniero de audio

El dedicarse a configurar micrófonos, elegir qué tipo de equipo usar y ayudar a los músicos a configurar sus amplificadores no es una tarea sencilla, una vez que se hayan realizado todas las tomas el ingeniero de audio será el responsable de mezclar todas las pistas de audio hasta generar una pista estéreo.

Se ha convertido en una profesión cada vez más reconocida y percibe salarios bastante atractivos como es el caso de estados unidos donde un ingeniero de sonido puede recibir por su trabajo un promedio de cincuenta y cuatro mil setecientos dólares al año.

Se percibe como una gran carrera si amas la música, trabajar en un ambiente creativo colaborando con artistas y sus músicos, además hoy en día existen otras vías para ejercer sus conocimientos en podcast, películas, Tv, sonidos EFX, audio para videojuegos, sonidos en vivo, Dj, etc.

Viajar es también parte de su labor pues acompañar a los artistas requiere de tener una agenda flexible, una de las ideas más comunes y erróneas de esta carrera es que se volverán estrellas de la noche a la mañana, más que un trabajo es un estilo de vida, hay que estar realmente interesado en escuchar discos, formar parte del proceso de hacer álbumes y tener la paciencia para estar en una sala de grabación por mucho tiempo.

4.1 Formas para convertirse en ingeniero de audio:

Que su trabajo radique en grabar diálogos efectos música audio o lo que se requiera sobre este tema para ir adquiriendo el equipo y poder aprender con la práctica.

Trabajar en un estudio como pasante y aprender de los ingenieros que trabajan ahí, dependiendo del estudio la posibilidad de un trabajo practico puede ser muy alta.

En una escuela de ingeniería de audio donde puede dedicar el tiempo necesario para aprender sobre compresión, limitación, efectos, edición de voces, etc. Es mucha información para que con la practica pueda crear un aprendizaje significativo.

4.2 Cuanto tiempo toma convertirse en un ingeniero de sonido

Siempre existirán excepciones a la regla, pero normalmente se necesitan de algunos años para convertirse en un ingeniero de nivel de entrada, puede ser divertido ir experimentando al principio con tus propias grabaciones, pero ejecutar una sesión completa en el asiento trabajando con la presión de que una persona que está pagando para recibir un trabajo de calidad es una habilidad y un arte. (Bowyer, 2022)

Hay una especie de trayectoria de aprendizaje empezar en un estudio en la posición más baja posible y si tienes suerte puedes pasar el rato por el estudio y ver cosas, por lo general en los estudios más grandes los miembros te animan para que también tengas éxito, si una sesión no es demasiado complicada te permiten estar presente para ver cómo se trabaja, después de cierto tiempo aspiras a ser el ingeniero asistente, en algún punto, por lo general son dos o tres años debes estar listo para poder manejar tus propias sesiones de trabajo.

Si encuentras al artista adecuado este puede impulsarte y recomendar tus habilidades para dentro de cuatro o cinco años trabajar con artistas más grandes. Mucho de eso tiene que ver con estar en el lugar correcto en el momento correcto y rodeado de las personas correctas, la personalidad es un factor a tomar en cuenta para los artistas pues si tu compañía es de su agrado podría considerar que te conviertas en su ingeniero fijo.

En general requiere de mucha dedicación y una muy buena cantidad de tiempo para convertirse en un ingeniero competente teniendo presente que muchas veces en la música no se tiene un punto de referencia para saber que es bueno o no, es un campo laboral muy competitivo por lo que la cantidad de trabajo que tengas depende de ti y las conexiones o clientes que consigas y te necesiten como su ingeniero.

4.3 Que hace bueno a un ingeniero de audio

Ser coherente, confiable y capaz de cumplir con los plazos de entrega y superar las expectativas con respecto a tu trabajo y tus anteriores proyectos.

Ser capaz de dominar la parte teórica y técnica de su trabajo para en conjunto con sus habilidades analizar y e identificar oportunamente cuál es el propósito de la banda o el artista.

Ser capaz de evaluar cuando necesitas involucrarte a nivel artístico y encontrar tu papel dentro del proyecto, para que el artista pueda sentirse cómodo y desarrollar su parte.

No se trata solamente de tus conocimientos y habilidades técnicas, sino también la actitud, paciencia y consideración dentro del estudio.

Una ventaja real es tener un sentido de saber cuándo algo se necesita y exactamente como implementarlo, un asistente puede ser de mucha ayuda.

Tomar cosas que te gusten de diferentes ingenieros y apropiártelas es una manera particular de aprender y aumentar tu sentido de identidad personal.

Tener un oído desarrollado para poder escuchar cuando algo suena bien e interpretar lo que está pasando en la industria actualmente.

Las habilidades diplomáticas siempre son necesarias cuando se está trabajando con personas que pueden llegar a tener diferentes puntos de vista y no siempre estar de acuerdo con algunas sugerencias que puedas dar para el proyecto. (Promocionmusical, 2021)

4.4 Conceptos de ingeniero de audio

La página PromociónMusical.es menciona que “Son los que producen grabaciones y presentaciones en vivo. Seleccionan y configuran el equipo para obtener el sonido que quieren los músicos. Después de grabar, mezclan las pistas en una canción que puedes escuchar en la radio o en streaming”

Según Salvador (2022) “el ingeniero de audio entiende, controla, comprende y opera la tecnología necesaria para que el mensaje sonoro de un artista se preserve y se pueda transmitir”

Mi definición personal “Es el encargado generalmente de la parte técnica de las piezas sonoras donde gracias a sus conocimientos puede brindar sensaciones a quien realiza la escucha atenta y prolongada de la música”

5. Compositor

El compositor es la persona responsable de todo elemento sonoro dentro de una pieza musical, requiere de conocimientos avanzados en temas como la armonía, contrapunto,

compases o instrumentación, además debe adaptar su creación a unos requerimientos específicos según la naturaleza del proyecto, la mayoría de las bandas cuentan en su equipo con un compositor o varios. (Treball Barcelona Activa, 2011)

Debido a la cantidad de personas dedicadas a realizar esta actividad el compositor debe realizar un registro de su obra para proteger su creación y mediante este registro si es que se da el caso de recibir alguna demanda tener evidencia de su pertenencia o demandar a alguien que violente los derechos de uso de su obra.

Este derecho tiene una vigencia temporal que incluye desde la fecha de muerte del compositor hasta setenta años en adelante salvo que se realice un acuerdo llamado “Work for hire” el cual emplea una excepción donde el dueño de la obra cede todos los derechos a quien requiera de sus servicios de composición, esta excepción tiene una vigencia de noventa y cinco años desde la publicación o ciento veinte años desde que se realiza la composición.

Cuando existe más de una persona trabajando en una composición la ley expresa que los derechos se deben repartir en pleno acuerdo entre los creadores de la obra, esto da paso a los llamados “Split Sheets” también conocidos como hojas de reparto.

5.1 Conceptos de compositor

La revista Unir menciona que un compositor: “Es una persona que se dedica a escribir piezas musicales de diversa índole: desde canciones de todo tipo de estilos hasta partituras para orquestas sinfónicas, pasando por bandas sonoras para películas, melodías para programas de televisión o melodías para publicidad”

Según Rodríguez (2021) “Es la persona que se sienta y trabaja letra o melodías o las dos en conjunto, le dan vida a algo que no existía y reciben un derecho sobre su propia creación lo que actualmente se conoce como copyright”

Mi definición personal para compositor “Es toda persona que atribuye elementos utilizados en una composición artística que cuenta con sonidos, letras y ritmo”

5.2 Que tipos de trabajos hay para los compositores

Compositor e interprete: este es alguien que escribe e interpreta sus propias composiciones, aunque es una de las formas más fáciles de comenzar a producir música podrían encontrarse

en problemas al tratar de monetizarla, pues la gente necesita estar fascinada por su música y estar dispuesta a gastar dinero en ellos y crear una fanbase entusiasmada que respalde su trabajo.

Compositor en una banda: Además de desarrollar roles creativos dentro de la banda, se deberá averiguar cómo se están dividiendo los créditos editoriales y con qué derechos de autor cuentan, para evitar confusiones esto debe estar claro desde el principio con los miembros de la banda.

Compositor para otros artistas: Esta es una manera más confiable de ganar dinero con esta profesión pues trabajar con un artista medianamente reconocido da paso a conseguir una mayor oportunidad de generar ingresos mediante su trabajo.

Escribir pensando ser otra persona suena complicado, pero solo hay que tener presente que la identidad del artista puede marcar el camino a seguir para poder componer algo acorde a su esencia, los compositores no siempre disfrutan del mismo nivel de fama que los artistas, pero a menudo tienen más longevidad en la industria musical.

Compositor Freelance: En este caso el trabajo en lugar de ser pagado a través de regalías y créditos editoriales, se genera un pago por tarifa fija o por el tiempo que se le dedique al trabajo, esto se puede medir en horas comúnmente, la mecánica es muy sencilla, las obras son por encargo.

Compositor de staff: Es un compositor que ha firmado un acuerdo legal para publicar todas sus canciones exclusivamente con un solo editor de música, esto puede ayudar a obtener una estabilidad financiera fija, aunque también puede que se pierda un poco de la libertad creativa.

Letrista: Aquí el trabajo se vuelve enfocado a solo crear letras, puede ser una tarea ideal para alguien que se dedique a escribir poesía, aunque se tiene que adaptar a ser interpretada en un cierto patrón rítmico y con una específica velocidad.

Compositor para cine/TV: Para tener este tipo de trabajos es un requisito tener un conocimiento bastante sólido sobre la teoría y composición musical, pues acompañado de contenido visual se necesita brindar al espectador sonidos que generen sensaciones y emociones de acuerdo a lo que está viendo.

Compositor de Jingles: Escribir una canción pegadiza y memorable que dure pocos segundos se puede escuchar como un verdadero reto pues los compositores de jingles o anuncios publicitarios deben ser adeptos al uso de la melodía en breves momentos buscando la efectividad y claridad del mensaje manteniendo la atención del espectador el mayor tiempo posible.

Compositor de canciones infantiles: Los compositores infantiles pueden percibir un ingreso mucho más estable porque a menudo tocan frente a grandes grupos de clientes potenciales que los tomarán en cuenta para contratarlos para fiestas de cumpleaños, eventos festivos y demás, la mayoría de personas no sueña con dedicarse a este rubro, pero tienen claro que es una opción bastante viable y que permite tener buenas recompensas en plazos cortos.

Compositor musical: Trabajar con un director musical o productor puede ser muy gratificante, aunque se necesitara de poseer buenas habilidades interpersonales que lleven a la persona la facilidad de poder relacionarse con los demás trabajadores. (Promocionmusical, 2021)

6. DAW (Estación de trabajo de audio digital)

Es bien sabido que detrás de toda composición musical de éxito existe una combinación de muchos factores debido a la incontable competencia dentro de la industria, no basta con ser un artista talentoso con buena voz y buenas letras, esto tiene que venir respaldado por buenas producciones profesionales.

La mayoría de las estaciones de audio digital actualmente tienen la posibilidad de hacer mucho más que simples grabaciones, porque además de eso son parte fundamental del proceso de producción, hay tantos tipos de diferentes softwares en el mercado hoy en día que los productores deben analizar cada uno detenidamente para saber cuál es el que más se adecua a su forma de trabajo o del género de música que desee producir, algunos resultan mejores que otros y es sorprendente que algunas compañías ya trabajen en proporcionar estos programas para ser adaptados a los teléfonos inteligentes.

Lo único que no puede hacer una estación digital es obtener el audio dentro de la computadora, para eso se necesitara el uso de una interfaz de audio que tomara el puesto de la tarjeta de sonido, una de sus principales ventajas en contra de las máquinas de cinta

analógicas de antaño es que cada pista de audio se muestra como una forma de onda en el software, esto le permite ver fácilmente al productor si lo que ha capturado con los micrófonos respeta los niveles de frecuencia y modulación dentro de la pista. (Theastologypage, 2023)

6.1 Para quien es el software DAW

El primer grupo en el que se piensa cuando ves un estudio de grabación son los productores e ingenieros de sonido que son los encargados de que todo suene bien, pues toman infinidad de decisiones para lograrlo.

Los músicos independientes usan esto todo el tiempo, graban música por su cuenta en el momento que ellos quieran y la ofrecen directamente a internet además de que usan el software para sus interpretaciones en vivo.

Quienes crean podcast y o audiolibros también hacen uso de estas herramientas, incluso en las películas suele ser utilizado algún DAW para la edición del sonido final.

6.2 Funcionalidades básicas de una estación de audio digital

Entorno multipista: Permite trabajar con múltiples pistas independientes en cada nuevo proyecto, dependiendo de las especificaciones del sistema donde se esté trabajando.

Extensa duración del proyecto: utilizar estos softwares da la libertad de poder conseguir trabajos extensos dependiendo de la frecuencia de muestreo que se lleve a cabo.

Extensiones incluidas de gran calidad: dentro del DAW se encuentran instrumentos virtuales que crean una simulación de su sonido donde pueden contar con simples, sintetizadores, compresores, ecualizadores, reverberación o saturación.

6.3 Estructura de una estación de trabajo

Línea de tiempo: es la parte primordial de la estación de trabajo, ya que a lo largo de ella se colocarán diferentes pistas de audio o MIDI que conformaran parte de la producción, en el eje horizontal está separada en diminutas partes o compases que dividen el proyecto en pequeñas secciones, y en el eje vertical se muestran filas independientes las que se conoce como canales, pudiendo aplicar a cada uno efectos por separado.

Centro de control: en la parte superior del programa se encuentra generalmente el centro de control el cual puede iniciar a reproducir la pista, pausarla, regresarla al principio y también muestra información importante como el tiempo real que está reproduciendo el sonido, los compases que forman la pista, la velocidad a la cual se reproduce y los dispositivos de entrada y salida del audio.

Vista individual de pista: Tras escoger una pista en la vista general de la línea de tiempo se mostrará una vista individual, dentro de la cual se pueden realizar modificaciones precisas como aplicar efectos de volumen, silencio, cortes, fundido cruzado o escucha aislada de la pista, el panning que tiene el sonido en el campo estéreo, etc.

Editor MIDI: Es un estándar tecnológico que describe un protocolo de comunicación que permite conectar instrumentos digitales a través de la interface de audio para que esta reciba la señal del sonido y pueda el software interpretarlo para asignarlo a las notas musicales establecidas por su amplitud y frecuencia.

Mezclador: También conocido como el mixer ofrece una visión general de todas las pistas del proyecto con la facilidad de separadamente aumentar o disminuir el volumen de distintos canales, asignarles algún panning en los espacios laterales y manipulando perillas pertenecientes a automatizaciones dentro del proyecto. (Ullate, 2021)

6.4 Conceptos de DAW

DiarioInforme menciona que “es un software que le permite grabar, editar, mezclar y masterizar audio en su computadora. No solo para músicos, estas poderosas herramientas son útiles para creadores de todo tipo, siempre que se trate de audio”

Según Ullate “Una Estación de Trabajo de Audio Digital es un sistema que permite la grabación, edición y producción de audio digital, y puede estar formado tanto por herramientas software como herramientas hardware (micrófono, monitores, interfaz de sonido, etc”

Mi definición “Un DAW es un software de audio especializado que permite realizar diferentes técnicas de grabación, producción y mezcla que posteriormente pueden ser procesadas mediante plugins y obtener resultados interesantes”

7. Agregadoras/Distribuidoras digitales

Las nuevas tecnologías digitales están teniendo un gran impacto en la mayoría de los sectores comerciales cambiando el comportamiento de los consumidores y las formas en que se hacen las cosas de manera tradicional, por ejemplo, en el sector musical se ha hecho una transición casi enteramente digital pasando a obtener una gran relevancia en plataformas musicales.

7.1 Mejores plataformas para distribuir música

Spotify

Youtube

Google Music

Amazon Music

Apple Music

Napster

Tidal

Deezer

Pandora Premium

Soundcloud

7.2 Plataformas gratis vs plataformas de pago

Utilizando una plataforma de distribución de música de manera gratuita no habrá que realizar una inversión financiera para distribuir la música y se tendrá alcance a una gran cantidad de usuarios que utilicen este tipo de servicios, que no suponen un coste a la hora de escuchar música.

Las plataformas de pago musicales ofrecen servicios más profesionales y atractivos que dan acceso a un número mayor de usuarios, se trata de incrementar de manera considerable el alcance y proyección de los artistas pertenecientes a estas plataformas, además de la

distribución algunas ofrecen otros servicios como planes de marketing o campañas publicitarias con algunos costes extras.

Los sistemas que permiten subir música son cada día más intuitivos, pero tienen varios pasos a seguir y necesitan de un intermediario el cual es la denominada agregadora o también conocida como Digital Distributors, es un servicio que le da la oportunidad al artista de subir sus canciones para que estén disponibles en las tiendas y plataformas más populares.

El rol de la agregadora es sistematizar el contenido de manera optimizada para lo cual cada canción tendrá un código internacional para identificar sus propiedades sonoras y audiovisuales, este se llama ISRC, esta identificación es exclusiva.

Cada plataforma como iTunes, Spotify, Apple music, Deezer, Tidal o Claro Música tienen su propio software y diferentes especificaciones a cumplir para que la música pueda ser considerada en las playlist, con respecto a las regalías se explica que el sistema es bastante complejo y no es igual para todos.

Por suerte se están haciendo esfuerzos cada vez más reiterados para conseguir acuerdos equitativos entre las multinacionales y los sellos independientes o artistas independientes. (Theimagos, 2022)

Según un estudio de Playlisting de la compañía Ditto Music en el 2018, el promedio de regalías en el mundo es de cuatro dólares con seis centavos en Spotify, cuatro dólares y veintiséis centavos en Deezer, siete dólares y trece centavos en Google Play, ocho dólares y sesenta centavos con Apple Music y por último en la plataforma de Tidal doce dólares con setenta y nueve centavos, las cifras anteriormente mencionadas pertenecen a la cantidad de dinero en regalías que reciben los artistas por cada mil reproducciones.

Las agregadoras digitales se han convertido en figura indispensable para la industria musical, cada viernes nuevas canciones son publicadas en las listas de reproducción más populares situación que vuelve mayormente competitivo el ambiente musical para los artistas emergentes.

Los panelistas dieron a explicación que para que un track llegue a adentrarse a una playlist se realiza un proceso donde se trabaja con mucha anticipación con los editores de las plataformas, pues las agregadoras proponen los contenidos y los editores disponen su toma

de decisiones, en las tiendas de mayor prestigio no son los algoritmos los que ordenan la relevancia de las canciones y los artistas, pues estos son trabajos de índole artesanal donde se debe cumplir con el juicio de los editores ofreciendo una propuesta sólida. (Universidad de Guadalajara, 2018)

7.3 Conceptos de agregadoras/distribuidoras digitales

IAB Spain (2019) menciona que: “Se ha asentado ya el uso del término audio online para identificar contenidos referidos indistintamente y simultáneamente a la radio en Internet, tanto en directo como en diferido; a las emisiones difundidas en exclusiva a través de la red –que, a su vez, pueden albergar contenidos en directo o en diferido; a la música a la carta; a los agregadores en los que se combinan las opciones anteriores; y recientemente incorporados a su medición– a los audiolibros y altavoces inteligentes”

Según Schulkin (2018) “Son intermediarios necesarios para subir canciones a las más de 50 plataformas más usadas en el mundo. Su trabajo, el sistema de regalías y cómo subir podcasts”

Definición personal “Una agregadora cumple la función de mediante el contenido recibido por parte de los artistas ofrecer la música a los consumidores mediante las diferentes tiendas musicales”

8. Plataformas de streaming

A raíz del crecimiento del video en el año 2005 surge el desarrollo de plataformas como Netflix, HBO y los primeros vistazos a lo que actualmente es Amazon Prime Video, representan una de las formas de entretenimiento más populares actualmente, este fenómeno ha causado que la audiencia española dedique casi tres horas al día para estar visualizando contenidos mediante algunos dispositivos como tablets, computadoras, pantallas o smartphones.

Los archivos de música, video y otro tipo de medios se reorganizan y transmiten en equipos secuenciales a fin de que se pueda tener un streaming de ellos de manera simultánea y se eliminan automáticamente luego de reproducirlos. Gran parte de la evolución de este formato se debe a la evolución del internet, así como de las conexiones de banda ancha, pues los primeros accesos a la red eran realizados a través de las líneas de teléfono regulares.

La velocidad realmente no es que fuera tan buena para poder gozar de los servicios que actualmente se consumen, era prácticamente imposible hacer transmisiones en tiempo real, pero gracias al crecimiento DSL o fibra óptica y la disminución de los costos del servicio de internet se volvió posible lograr un lugar dentro del mercado. (Verizon, 2023)

8.1 ¿Qué plataformas de streaming hay?

De video: Normalmente estas ofrecen en su catálogo películas, series y hasta la repetición de programas de televisión, partidos de futbol e incluso conciertos o eventos de stand up.

De música: La oferta y el catálogo musical han crecido no solo en lo comercial sino también que ahora transmiten podcast, algunos de estos servicios cuentan con videos y audio en una calidad impresionante.

De podcast: Aunque en las plataformas de música se pueden escuchar algunos podcasts hay algunas dedicadas específicamente a este rubro y pueden ser de índole informativa o de entretenimiento, ahora se han hecho aplicaciones que funcionan como la radio, pero después comparten cada programa en formato de podcast, este tipo de contenido ha ido recolectando más relevancia últimamente.

De radio: También hay plataformas que se dedican a transmitir las estaciones de FM y AM en streaming, con una mayor calidad que la tradicional y el plus que tienen es que en su catálogo cuentan con una gran cantidad de estaciones para sintonizar en todo momento.

De videojuegos: Es de los servicios más nuevos dentro del streaming pero que rápidamente han obtenido éxito debido a la variedad de títulos que se tienen a disposición para los usuarios en la nube, esto sin tener que comprar los juegos, únicamente requiere el acceso a una buena conexión a internet. (Hinojosa, 2018)

8.2 Conceptos de plataformas de streaming

La página de BBVA menciona que “El streaming es una tecnología de contenidos transmitidos por internet que habitualmente no se almacenan en sus dispositivos, como ocurre con las descargas, ya sean estos desarrollados en vivo o grabados previamente”

Según el Instituto Internacional Español de Marketing: “El streaming es un servicio multimedia prestado a tiempo real por un proveedor que tiene como destino un consumidor

final. Streaming hace referencia al proceso de transmitir todo tipo de información de esta manera, es decir, al método empleado para llegar al usuario, no a la acción como tal, esta modalidad sirve por ejemplo como alternativa a la descarga de archivos”

Mi definición “El streaming es un servicio de entretenimiento destinado a ofrecer la opción a sus usuarios de elegir lo que quieren ver en cualquier momento”

9. Patrones rítmicos

Aunque pareciera que los cambios culturales han sido los que más han influenciado el origen de varios géneros musicales en todo el mundo se tiene conciencia de que actualmente existen estudios que establecen la creación de patrones rítmicos universales que se puede encontrar en muchas de las culturas.

Los estudios mencionados están enfocados principalmente en la biología del ser humano y en las variables de agrupación propuestas por la Teoría Generativa de la Música Tonal, Uno de los elementos que remarca a todas las estructuras es la agrupación, esta tiene un papel protagonista en la percepción y producción musical llenando de influencia en la fragmentación mental de sonidos en la memoria.

Ciertamente, dentro del aspecto temporal de la música, las agrupaciones temporales que combinan sonidos de mayor y menor duración son las que en concreto dan origen a lo que conocemos como ritmo. (Valverde, 2010)

Se ha establecido que la estructura de jerarquía no solo es tradición de la música y el lenguaje, sino también de las acciones del ser humano y la actividad motriz. Además de que el pulso que emiten los latidos del corazón y su medición por minuto, existen algunas agrupaciones temporales que logran combinar los sonidos dependiendo de su duración y esto en definitiva da paso al asentamiento de los ritmos así es como se han diagnosticado por parte de la música.

Por lo que se torna fundamental para la habilidad cognitiva y psicología humana que la información procesada tenga algún tipo de temporalidad puesto que la percepción del ritmo tiene su origen de la percepción de las estructuras y su repetición.

Uno de los métodos que más se ha encontrado relacionado a el proceso que estructura la información rítmica y que es utilizado para el enfoque de la enseñanza musical es el que ha

desarrollado Edwin Gordon. Desde la década de los 90' y hasta el día de hoy, existe abundante investigación que establece la importancia de la agrupación como facilitadora del entendimiento del ritmo musical.

Drake (1998) habla de procesos básicos o primitivos, en los que además de incluir la posibilidad a la extracción de un pulso regular o temporal subyacente, menciona la segmentación de una secuencia en conjuntos de eventos sobre la base de sus datos físicos como un elemento fundamental para la percepción musical.

Los procesos mencionados coinciden con Purwins cuando mencionan que los métodos de percepción del ritmo agrupan aspectos específicos que se relacionan con la búsqueda de un pulso y la agrupación. Como ya se ha dicho, la agrupación de elementos es una característica imprescindible de la percepción humana que facilita el entendimiento y composición musical.

En el caso particular del ritmo la percepción que tiene un oyente cuando este se encuentra expuesto a la secuencia de dos o más pulsaciones y este las percibe como seguidas fácilmente lo puede identificar por su cercanía y lo parecido de los estímulos.

9.1 Conceptos de patrones rítmicos

Según Dowling y Harwood (1986): “Un patrón rítmico podría ser definido como un fragmento prolongado de sonidos con duraciones y relaciones acentuadas que por lo general se repite y genera expectativas sobre futuros eventos”

Povel señala que “la regularidad es un elemento clave para el procesamiento del ritmo, tanto de su estructura interna como del pulso sobre el cual se constituye el patrón”

Mi definición personal para los patrones rítmicos es “la secuencia de sonidos percusivos organizados por un tempo que dirige la música a una definida percepción de estilo musical”

10. El género musical

Se conoce como género musical a un apartado categorizado que une las composiciones musicales que se asemejan en algunos elementos específicos, estos pueden ser dependiendo de su función y la finalidad que tengan como puede ser para danza, para ser escuchada dentro de la religión, la música que es utilizada para ambientar escenas cinematográficas, la música

instrumental que es conocida por no llevar letra, música creada de armonías vocales, música elaborada en softwares especializados como la electrónica y toda la anterior mencionada atribuida al contexto dentro de la sociedad en el que se encuentra y el mensaje de su composición. (Denizeau, 2005)

Las academias tradicionales de música se han esforzado en mantener la clasificación de los géneros en la función de la composición musical, el motivo por el cual es compuesta la obra, en la música moderna se ha estudiado con más criterios basados en ritmo, los instrumentos que componen la pieza, las armonías y características de la cultura donde se creó la música, al igual que se ha tenido contemplado el contexto geográfico, histórico y su interpretación social, es así que se ha establecido como un concepto general de la música y ha sido de ayuda para clasificar géneros como el flamenco, el rock y el country.

Enfocado en analizar la música representativa de Italia, el musicólogo Franco Fabbri describe al género musical como “un conjunto de eventos reales o posibles cuyo desenvolvimiento está gobernado por un agrupamiento delimitado de reglas socialmente aceptadas”.

A propósito, cuenta con una serie de reglas que ponen de manifiesto la complejidad propia de la definición de género. Las primeras reglas que identifican son las formales y técnicas. Según el autor, son las únicas tomadas en cuenta en la mayoría de la literatura musicológica. En consecuencia, ello ha provocado la confusión de definir “género”, “estilo” y “forma” como sinónimos.

Franco define que, aunque cada género tenga una forma típica de ser interpretado por los músicos, ellos juntos a sus instrumentos no deben ser una limitante para apropiarle sus características. En consecuencia, a esto ahora se le suma un criterio más que son las técnicas de ejecución, la afinación o tonalidad y el desenvolvimiento del músico ante la pieza. Las reglas del segundo tipo tienen el nombre de “semióticas”.

Estas se refieren en este caso al género como interpretar un texto pues incorporan códigos dentro de la música que dentro de un contexto artísticos se desenvuelven algunas variables como la mímico- gestual, y todas las que involucren el comportamiento y correspondan a la tercera categorización de reglas propuestas por Fabbri y que son implementadas en la

psicología de los músicos esto por ejemplo en los intérpretes de conciertos de los músicos de orquesta o los ya conocidos cesionistas.

En este grupo de reglas este autor suma las reacciones ecológicas y el que pueda ser el comportamiento de los espectadores de cada género. Para la cuarta categoría, Fabbri establece las reglas sociales e ideológicas que se agrupan dentro de la imagen social del músico detallando la naturaleza de la tribu musical y todo esto permite distinguir los géneros de acuerdo a sus funciones sociales.

Todas estas clases y agrupaciones que participan se enfocan en reglas comerciales y jurídicas que tienden a ser captadas por los medios de producción por lo que todo lo referido a la estrecha relación entre la grabación y los sellos discográficos determina los derechos las ganancias de regalías y la promoción.

En resumen lo importante para Fabbri indica que el carácter social de los géneros musicales incorporan una instancia performativa al análisis del idioma musical a diferencia de otras definiciones creadas de la musicología en la historia, Fabbri además recomienda que el establecimiento del género llega como resultado de una negociación que incorpora tanto factores sencillamente relacionados con el sonido como otros creados de la experiencia de los individuos involucrados en la presentación musical, el significado de género en los estudios de la música popular limita la percepción de forma en que en ella se incorporan otros elementos.

En primer lugar, el aporte más importante en la caracterización es la inclusión de la actuación, el segundo puesto no implica solamente cuestiones propias de la música, sino que también es posible entender el acto musical y su correspondiente público como una actividad en la que intervienen sujetos diferentes y de ahí se introduce la percepción de la expectativa y competencias que se pueden desarrollar.

Hablando de la expectativa es sencillo decir que el concepto de género no significa una característica apropiada de la música, sino que por el contrario se trata de una clasificación donde los sujetos actúan al hacer o escuchar música.

Al mismo tiempo la expectativa predispone una competencia y por consecuencia el dominio de reglas previamente establecidas por una entidad social determinada. Esto es lo que da lugar a la identificación y negociación que realizan los sujetos cuando se habla de música.

El reconocimiento que obtiene consigo durante el establecimiento de una clase de género permite que pueda ser remarcada la posición activa y sonora de la escucha, bajo esta perspectiva es posible afirmar que clasificar a un género es el principal resultado de la escucha que realiza el oyente en una instancia inmediata.

10.1 Conceptos del género musical

Sobrino (2000) define el género musical como “cada una de las variedades estéticas distinguibles en la creación musical, según la finalidad, la forma y/o el estilo de las obras”

Según Denizeau (2005): “el género designa el objeto musical, lo diferencia a oídos del oyente, y es una manera de mantener un discurso musical coherente”

Mi definición personal de género musical es “Se basa en el agrupamiento de instrumentos o sonidos que puedan caracterizar y darle una esencia a un cierto estilo de música y que esto pueda ser identificable a simple escucha”

11. Música popular

A diferencia de la música hecha de academia o de conservatorio y la música étnica, tradicional o folclórica, la categorizada música popular no corresponde propiamente a un género ni a un estilo, sino más bien se apropia de muchos y muy variados, traspasa fronteras y tiempos, se adapta sin prejuicios a los adelantos técnicos y a los cambios estéticos y, sobre todo, gusta.

El término conocido como pop es el que agrupa toda aquella música exitosa dentro de la contemporaneidad. Se sabe que los medios de comunicación como la televisión periódico y la radio fueron factores protagonistas ya que sus programas al aire o pregrabados donde mostraban algún lanzamiento musical o entrevistaban a algún artista tenían la intención de dirigirse a una audiencia joven y evidentemente captar su atención, no hace falta mencionar que las presentaciones en vivo también fueron un elemento importante considerando que el

primer concierto pop en la historia se llevó a cabo dentro del festival internacional de música en Monterrey en el año 1967.

El alcance de la música pop y su gigantesco crecimiento fue en gran parte Gracias a la aparición de los ahora conocidos fanáticos, la extensión de la televisión, al igual contribuyó para que la escena pop tuviera éxito ya que los fanáticos trataban de imitar a sus ídolos y los medios lo facilitaban mientras sus consumidores los podían ver desde la comodidad de su casa.

El hablar de la música popular conlleva investigar el tema de la cultura, pues es parte de ella, y al mismo tiempo, contiene las diferentes manifestaciones sociales que pueden producirse dentro de un tiempo y espacio establecido. De la misma manera, implica tener en cuenta algunos de los variados factores que intervienen durante su producción, recepción y distribución, así como las consecuencias que se generen.

A partir de esto, se hace necesaria la involucración de una perspectiva que permita analizar la música más allá del campo lingüístico o musical, La música popular se opone a la música académica y es un conjunto de estilos musicales que, a diferencia de la música tradicional o folclórica, no se identifican con naciones o etnias específicas.

Debido a la simpleza y la poca duración de su contenido este tipo de música comúnmente no suele necesitar de conocimientos teóricos complicados para lograr ser interpretado si posteriormente ejercer su comercialización y difusión dentro de los medios de comunicación dirigidos a las masas. (Narvaez, 2021)

Esto último genera polémica de muchos ámbitos de intérpretes y compositores que cada vez tienen a referirse a la música pop como piezas faltas de cultura y aunque comparte muchas variables dentro de su lenguaje existen canciones populares que necesitan de habilidades musicales elevadas y de otra manera músicos extremadamente habilidosos para lograr interpretar estos sencillos, en general se conoce que la música culta viene de ser la que inició escrita en partituras y la popular por su sencillez no requirió del mismo proceso aunque los medios de difusión masivos han intentado despojar este diferenciador entre ambos estilos de música.

11.1 Características de la música popular

Es accesible para el público general.

Posee un enfoque comercial.

Es especialmente conservadora. (desde el punto de vista musical)

Se produce profesionalmente.

Expresa emociones y sentimientos comunes como el amor, la pérdida y los celos.

11.2 Los tipos de música pop más populares

Pop indie

Pop electrónico

Pop latino

Fusión reggae

Rap pop

Pop country

11.3 Conceptos de música popular

Según Pareyón (2007) son “aquellos estilos musicales transmitidos por los medios de comunicación masiva y que se producen en grandes cantidades por métodos industriales y comerciales similares a los de cualquier otro artículo de consumo, son de carácter simplista, sentimental y sensual, lo cual facilita su pronta expansión”

Hormigos y Cabello (2004) mencionan que “la música popular como parte del mercado destinado a los jóvenes, no es un simple mercado, es un hecho cultural que ayuda a percibir el mundo y constituye una forma de expresión. Convertido en un nuevo mercado, expresión del espíritu hedonista propio del capitalismo avanzado, al mismo tiempo fue posible analizar los procesos de identidad en quienes ingresaron en la juventud”

Mi definición personal de la música popular es “Se entiende como música popular al compilado de obras musicales que han obtenido un posicionamiento comercial dentro de la industria tal como que sea escuchada en fiestas, comercios y eventos importantes”

12. A&R

Aunque este es un trabajo que suele ser repartido entre varios profesionales el representante de A&R comúnmente es una sola persona que se establece a modo de punto de contacto entre el artista y el sello, los profesionales que trabajan en las divisiones del A&R conocen bien cuál es la demanda del mercado de la música en todo momento y ese reconocimiento les ayuda al momento de encontrar artistas cuya oferta se ajuste a esas demandas.

Los medios de exploración abarcan desde plataformas de streaming hasta los conciertos que se llevan a cabo dentro de los circuitos underground conectando con ambas fuentes en un estudio subestimado de las últimas tendencias del mercado como complemento de esta función de descubrimiento. (García, 2023)

Los A&R también reciben material diariamente proveniente de artistas o agentes que tratan de promocionarse de cara a los sellos, también es su tarea filtrar y escoger entre los artistas cuyo trabajo consideran es el mejor para el momento, pero las funciones de A&R no se limitan a sondear la oferta y la demanda.

Una vez un artista firma con un sello este representante se dedica a supervisar las sesiones de grabación y asesorar en la elección de las canciones, también se enfocan en apoyarle en la búsqueda de una productora musical incluyendo colaboraciones con compositores arreglistas u otros músicos.

Esta implicación en la parte creativa del artista solo es posible si el A&R cuenta con una sólida formación musical, su credibilidad se podría ver fácilmente afectada si no es capaz de hablar de igual a igual con los productores por ejemplo en cambios de tono y estructuras armónicas.

12.1 En qué consiste el trabajo del A&R

Los roles que asume el representante del A&R son en esencia los que tienen como finalidad la búsqueda y la captación de artistas para el sello discográfico incluyen la asistencia a

espectáculos, la escucha de discos y el sondeo de la prensa especializada cuando encuentra un artista que llama su atención él A&R lo comunica a sus superiores en la discográfica quiénes son los que decidirán sobre la contratación del artista, en otras ocasiones es el propio A&R quien tiene la autonomía y la autoridad necesaria para contratar al artista.

12.2 Elementos que toman en cuenta los A&R

Las tendencias de la industria musical.

Cuáles son las proyecciones a futuro del mercado de la música.

Cuáles son los artistas que ofrecen obras ajustadas a las demandas del mercado.

Por otro lado, el A&R al igual es encargado de liderar las negociaciones entre el artista y el sello mostrándose como mediador entre ambas figuras, es habitual que tenga una relación muy estrecha con el agente del artista.

Tras la firma del acuerdo de afiliación el A&R asesora al artista en la construcción de una base promocional para su propia marca y sus álbumes, y tendrá voz y voto en la estrategia de comercialización de la obra del artista, incluso será participe en el proceso creativo de la banda aportando compositores, músicos, colaboradores o productores de discos si fuese necesario.

12.3 La función del A&R en la actualidad

El descubrimiento de nuevos artistas se ha jerarquizado gracias a la digitalización la generación del uso de internet y de las tecnologías, cantantes y grupos sobresalen de las redes sociales para compartir sus creaciones las cuales pueden ser grabadas en sus propios estudios caseros sin la intervención de discográficas y estudios profesionales de grabación.

Sin embargo, la difusión comercial no garantiza por sí sola la promoción de las bandas el contemplar quien consigue posicionar al artista, aunque este ya haya abandonado el anonimato por sus propios méritos, puede decirse que los roles para adaptarse se han trasladado también al mundo digital en un océano de artistas donde su propósito será encontrar a los que considere más aptos.

El valor que aportan los A&R a los artistas se expande desde el punto de vista de los contactos y la habilidad de negociación, aunque los músicos puedan promocionarse por sí mismos esto no les asegura la firma con ningún sello ni mucho menos para lanzar al estrellato su carrera, la mediación y recomendaciones que forman parte de un A&R serán determinantes para el futuro de la banda.

Incluso antes de llegar a este punto tampoco se entiende la industria de la música si los A&R se encargan de encontrar las canciones que realmente funcionan en el mercado, son quienes escogen la música que más se adapta a las tendencias entre todo el montón de canciones que suenan diariamente en los variados medios, su criterio es claramente influyente para conocer qué canciones encabezarán las listas de éxitos.

12.4 A&R un rol clave dentro de la industria musical

Las tareas específicas de este puesto pueden incluir buscar talento para un sello discográfico, organizar sesiones de grabación y funcionar como vínculo entre artistas productores y otros creativos, a medida que la tecnología ha avanzado exponencialmente la última década cambiando la forma en que las personas escuchan y descubren música la industria se vio obligada a adentrarse finalmente a su era digital en consecuencia el papel de A&R también ha cambiado.

Básicamente era explorar, era mucho ir a clubes, hablar con personas de diferentes ciudades, hacer muchas llamadas telefónicas, sin embargo, durante los últimos 30 años la mecánica de cómo un representante de A&R lleva a cabo su trabajo sino el objetivo final del puesto en sí mismo, ha cambiado principalmente debido a los avances de la tecnología y la comunicación en un mundo cada vez más inmediato y globalizado según un análisis de Billboard.

Debido a la naturaleza abstracta del trabajo, el papel real de una persona de A&R y todo lo que implica, no se entiende muy claramente, si se trata de encontrar nuevos artistas y ayudarlos a completar sus discos pero implica mucho más que eso, son reuniones con productores y compositores, comprender al artista y su propuesta son sesiones de estudio e innumerables horas de convivencia con gente de la industria desde editoriales pasando por managers y abogados hasta el lanzamiento de un proyecto con su equipo de marketing y relaciones públicas. (TheImagos, Qué es un A&R, 2022)

El rol necesita de un conjunto particular de habilidades, la capacidad de construir una red tanto para encontrar nuevos talentos como para contactar artistas productores y compositores entre sí, un oído abierto para escuchar casi todo tipo de música y cualquier cosa que se publique y la capacidad de confiar en uno mismo ocasionalmente a ciegas de todos los demás.

Sin duda el streaming ha generado que nuestro trabajo sea mucho más competitivo ahora las cosas se mueven mucho más rápido así que tienes que ser mucho más consistente pero también se señala que el alcance global de servicios como Spotify, Apple music y las redes sociales han expandido el alcance de donde se puede encontrar los artistas y cómo se ha convertido en una profesión más global sin género y sin edad.

El uso de datos de la tecnología y la automatización sin duda ha ayudado a mejorar este proceso y como resultado las discográficas están invirtiendo muchos más recursos en este campo, no solo a nivel de herramientas sino contratando perfiles extremadamente técnicos que implican un extenso conocimiento de la tecnología, lenguajes de programación experiencia en estadística y la habilidad de crear modelos predictivos.

Pero los datos no pueden cambiar por completo el rol del A&R solo vienen a complementarlo si bien nos hemos vuelto ampliamente buenos en la creación de algoritmos que pueden superar a los humanos en trabajos muy específicos, el trabajo de un A&R implica tantas habilidades diferentes que es casi imposible que una computadora lo reemplace.

En primer lugar, los números no pueden mentir y son necesariamente una medida universal de calidad, un artista podría conseguir una ubicación positiva en la lista de reproducción o volverse viral en Tik Tok y eso no significa que haya una carrera exitosa en su futuro y por el contrario el hecho de que algunos artistas no tengan números muy grandes al principio de su carrera no significa necesariamente que no tengan calidad.

A medida que la era del streaming alcanza su madurez y los datos se vuelven cada vez más útiles el rol del A&R se verá reforzado con datos que apoyen la propia intuición.

12.5 Conceptos del A&R

Según Hernández “Un A&R requiere estar involucrado con uno o varios artistas desde el punto cero comenzando con el descubrimiento y el fichaje del talento, pasando por la creación de la música, hasta el marketing y la promoción”

TheImagos menciona que “Se conoce como representantes A&R a las personas que se dedican a encontrar nuevos artistas y conseguir que firmen un contrato con el sello discográfico”

Mi definición personal de A&R “Es el agente intermediario entre músicos, compositores y personas dedicadas a la música que los conecta con la verdadera industria y les brinda de cobijo durante su etapa inicial”

13. Booking

Algunos de los esfuerzos fundamentales que son desempeñados por las agencias de management musical consiste en representar a los artistas realizar una gestión de su contratación organizar eventos para que se puedan presentar y desarrollar acciones promocionales que siguen al pie de la letra una estrategia de marketing musical.

Una de estas agencias mediante la oferta de sus servicios de booking se especializa en conseguir presentaciones en vivo para los artistas considerando al mercado de los espectáculos y dando la facilidad a los organizadores y sus bandas que puedan ajustarse al presupuesto de cada artista a los requisitos técnicos que son necesarios para su presentación o al concepto del evento en cuestión.

Además, este servicio se extiende para priorizar las situaciones económicas de los artistas y establecer las condiciones que son requeridas para llevar a cabo el desarrollo del espectáculo.

El booker es la persona que se encarga de entrar en contacto con los organizadores de eventos para establecer fechas y las condiciones necesarias para que esto se puedan llevar a cabo sin embargo contar con un servicio de booking no asegura un número concreto de presentaciones pactadas. Una agencia puede requerir de artistas muy distintos entre sí y no es cuestión de estilos, sino que dependiendo del estatus actual del artista en términos de audiencia facilitaría o haría más difícil el trabajo para la agencia de booking. (TheImagos, Qué es el booking para artistas, 2021)

13.1 ¿Por qué un artista necesita de un servicio de booking?

Hasta los artistas que ya están posicionados alguna vez cuando comenzaron a darse paso dentro de sus carreras musicales ocuparon de un servicio de booking para lograr obtener

presentaciones y participar en eventos de acuerdo a su nivel en cierto tiempo, es obvio que cuando un artista tiene una identidad ya consolidada es capaz de generar mayor demanda que un artista emergente el cual por su situación depende de mayor ayuda para lograr llegar a los escenarios.

El Booking (que en español traduce “contratación”) en resumen se trata de la comercialización o venta de espectáculos de un artista o varios artistas a promotores, festivales, eventos privados, etc.

Bajo unas condiciones establecidas pactadas entre el manager o el artista directamente. En otras palabras, es como una agencia de viajes, pero en lugar de brindar servicios turísticos ofrece espectáculos de artistas.

La ventaja principal en este caso, es que el cliente podrá obtener acceso a diferentes opciones de artistas a un precio estimado, pues ya existe una relación comercial directa entre el artista y el Booking o Booker. Además, este será el encargado de todos los arreglos logísticos y el cumplimiento de los requerimientos del artista.

En algunas ocasiones el trabajo del Booking le corresponde al Manager del artista, pero en la mayor parte de los casos es mejor contratar a agencias o bookers especializados en este tema, por la experiencia y conocimiento de la industria musical.

13.2 ¿Qué es el Management?

El Management (que en español significa “administrar”, “direccionar” o “gestionar”), en este ejemplo su enfoque está en la gestión y manejo de un artista, que puede ser desde la creación de un cantante desde cero hasta impulsarlo en un artista integral, o también, un artista con una trayectoria en la industria que necesita darle o una nueva dirección en su carrera musical.

El Management o Manager realiza una función muy importante en la vida artística de una persona, pues va a ser quien le sirva de guía y haga marcar la diferencia en un mercado tan competitivo y difícil como este. Es algo así como el capitán que dirige el barco, es quien toma las decisiones confiando en su experticia y conocimiento del mundo musical, pero como buen capitán, no trabaja solo. (Unir, 2021)

Aunque el éxito o el fracaso de la carrera del artista, en la mayoría de los casos, le corresponde a la buena o mala organización del manager, es claro que esto también depende del compromiso del mismo artista y del trabajo en equipo. Es muy difícil que un artista crezca solo, por eso es necesario contar con un muy buen equipo de profesionales que lo ayuden a crecer y a consolidarse como un artista integral.

13.3 ¿Cómo se relacionan el Booking y el Management?

En algunas ocasiones los managers realizan la función de los bookers, pero la realidad es que es mejor mantener ambos trabajos por separado, pues cada uno tiene sus responsabilidades.

El booking o booker es complementariamente quien tiene la misión de vender presentaciones o shows del artista, obtener muy buenos contratos y de hacer que se cumplan las políticas exigidas por el manager y su artista. Básicamente es el mediador entre el cliente final y el artista o en su defecto, su manager.

Este último, es quien tiene la palabra final, para tomar las decisiones de lo que le conviene al artista y lo que no. Es el que debe priorizar sus intereses, gestionar las finanzas del proyecto, asesorarlo y darle guía para lograr su éxito en el mercado musical.

13.4 Conceptos del booking

TheImagos menciona que “el booking se enfoca particularmente en vender las actuaciones, y garantizar el cumplimiento de los contratos que vinculan a los artistas con los promotores de los conciertos”

Según Malpica “es el ejercicio de conseguir a los artistas para que estén presentes en los eventos en las horas y fecha establecidas con todos los demás requerimientos de un contrato que estipula a detalle todas las actividades a realizar por el artista y su equipo de trabajo”

Mi definición personal de booking es “Es la tarea de mediante canales de comunicación gestionar la relación laboral entre las empresas organizadoras de eventos y los artistas musicales para que puedan llevar a cabo en tiempo y forma sus cometidos”

14. Networking

La evolución de este proceso llamado networking propone una nueva manera de crear vínculos, cuando anteriormente el objetivo para reunirse con alguien era para ganar ahora se revierte y se transforma en un proceso de dar, regresando a los orígenes del concepto este se remonta en la época del siglo XIX cuando surgen los vendedores ambulantes en los Estados Unidos y se establece la industria del marketing multinivel, un método donde los involucrados eran remunerados por las ventas que generaban y de esta forma generaban una estructura organizativa o red que les beneficiaba.

Después en los siglos XX y XXI el ejercicio de intercambiar conocimientos en un punto de encuentro y generar la búsqueda de nuevas oportunidades para sus negocios fue implementada en un principio por los líderes de estas organizaciones como pueden ser gerentes o las personas datos malos hasta bajar a los niveles de emprendedores y trabajadores independientes.

14.1 El propósito del networking

Los siguientes puntos son los propósitos más importantes que se encuentran dentro de esta práctica:

Los espacios de networking se han prestado para conocer a personas y adentrarse en organizaciones independientemente de si esto se realiza dentro de un lugar físico virtual se puede interactuar con otros profesionales de la misma área y empresas pymes, de la misma manera es que se puede conocer a profesionales de otras áreas que cuentan con experiencia e intereses diferentes a los nuestros.

Encontrar trabajo se ha vuelto una tarea menos complicada con el desarrollo de estos vínculos sociales que brindan nuevas oportunidades laborales y nos ayudan a descubrir vacantes además de las ya conocidas plataformas reclutadoras como son LinkedIn donde existen variedad de ofertas de vacantes y además dentro de tu perfil se puede especificar la experiencia y conocimientos dominados para ser un potencial candidato.

Para promocionar productos y servicios cualquiera es una buena ocasión si se tienen los contactos correctos aprovechar para hablar sobre nuestra actividad profesional y los bienes

activos o servicios que forman parte de nuestras posesiones, a diferencia de otros canales de comunicación que son dirigidos a las grandes cantidades de receptores dentro de la población lo que causa que nuestra actividad pueda pasar desapercibido por la saturación de la información, gracias al networking se tiene una mayor oportunidad ya que los prospectos son más cercanos y personales. (Saldivar, 2021)

Buscar ampliar la cartera de clientes y conectar con otros grupos de interés en relación con adquirir un canal de comunicación más estrecho que permita mejorar las oportunidades que se tienen para realizar el cometido de las necesidades y propuestas de valor con diferentes grupos colectivos de proveedores, clientes y accionistas que muestren su interés en conocernos.

Actualizarse sobre la demanda del mercado pues en la actualidad existe una gran cartera de competidores que están pendientes de las últimas tendencias lo que se traduce en un mayor conocimiento del mercado y esto nos permite obtener mayor información de valor y en menor tiempo cosa que ayuda en la toma de decisiones.

Inferir en las nuevas oportunidades de negocio pues al conocer y dialogar con otros profesionales de nuestro sector nos pueden brindar ideas innovadoras o compartir buenas prácticas que se vuelven claves para la colaboración todo esto a beneficio de nuestros intereses.

14.2 Tipos de networking

El networking profesional nos provee de una red de contactos que se establecen entre directivos y ejecutivos que comparten intereses a través de los vínculos que terminan siendo beneficiosos para todos los involucrados, hay organizaciones que ofrecen eventos de networking profesional en distintas industrias.

Dentro del networking operacional se lleva a cabo una instancia corporativa donde se busca que los colaboradores de cierta compañía puedan intercambiar sus conocimientos y resolver sus problemáticas en grupo para poder tomar acción de forma organizada.

El networking offline es un método más tradicional que se enfoca en asistir de forma presencial a eventos muy importantes que tienen como finalidad desarrollar la interacción entre personas que puedan establecer una relación o colaborar con beneficio de ambas partes.

El networking en línea mantiene el mismo enfoque que el tipo anterior solamente que dentro de este se utilizan canales como lo son las redes sociales y aplicaciones digitales por medio de webcams y el uso de micrófonos, esta práctica ha resultado muy positiva para los profesionales que prefieren el Home Office. (Parra, 2022)

El networking personal es formado gracias a los compañeros de clase exalumnos del colegio y vínculos que son formados dentro de las redes sociales privadas de los individuos, así como en eventos de interés general como son conciertos o fiestas familiares.

El networking de estrategia consiste en que, aunque los contactos o profesionistas no estén involucrados directamente en el mismo campo o industria estos puedan ser líderes de opinión o visionarios que puedan apoyarte con la planificación de algún proyecto en una temporalidad de largo plazo facilitando ideas o conduciendo tu perspectiva a un camino distinto.

El networking informal es el que se lleva a cabo de manera cotidiana a veces sin la necesidad de activamente buscarlo en interacciones espontáneas como son en las idas al súper, el uso de transporte público, las salas de espera u otros lugares afines.

14.3 Conceptos del networking

Según Santander “El networking es una práctica desarrollada por profesionales - independientemente de que trabajen por cuenta propia o ajena-, que busca crear y aumentar una red de contactos. A pesar de que no es una acción caracterizada por ser novedosa, ya que tradicionalmente, en ámbitos comerciales, ha sido siempre muy común, ha aumentado su importancia con motivo de la digitalización”

Ceupe menciona que “El Networking es una práctica que se basa en establecer una red de contactos profesionales, en las que se pretende generar oportunidades laborales o de negocio, para esto se realizan encuentros, charlas, conferencias o cualquier tipo de reunión en la que tanto empresarios como personas naturales que hagan parte de diferentes profesiones y sectores del mercado, puedan generar temas de conversación, esto con el fin de que interactúen unos con otros y a partir de allí se empiecen a generar conexiones entre ellos,

especialmente entre aquellos que encuentran intereses en común y que puedan servir para futuras negociaciones o incluso para futuras búsquedas de empleo”

Mi definición personal de networking es “el proceso en el cual mediante habilidades interpersonales se genera una red de vínculos con personas que pueden aportar un apoyo valioso para algún interés en específico”.

15. Featuring

Que los artistas colaboran entre sí es una práctica que se está volviendo cada vez más común ya sea entre artistas mundialmente conocidos como los que apenas están despuntando en sus respectivos géneros y es que a nadie le sorprende que actualmente para acceder a cualquiera de las plataformas de streaming musical exista una mayor accesibilidad y tener a nuestra disposición todas las listas de éxitos repletas de piezas musicales con dos o más artistas por obra es un fenómeno al que se le ha denominado ft un término con el cual se expresa que el artista que aparece después de este acrónimo se le conoce como el invitado.

15.1 ¿Cómo colaborar con otro artista?

Que los artistas compartan presencia dentro de una colaboración genera que distintas funciones sean desarrolladas hacia el tipo de artista que está colaborando, al impacto de su público y esto suma al género donde está clasificado el artista, al igual que hay algunos temas con las discográficas y editoriales que sumado al manager tienen compromisos contractuales y de otros factores.

15.2 Cómo diferencia la colaboración entre artistas y la coautoría en compositores/autores

Para determinar el apartado legal de las colaboraciones debe quedar establecida una diferencia demasiado importante de un lado se tiene la colaboración por parte de los artistas intérpretes y otra es la unión entre autores y compositores a la hora de crear la obra.

Hay una estrecha diferencia entre una colaboración hecha por artistas que van a interpretar una canción y una colaboración entre los compositores y autores que van a escribir juntos la obra musical desde cero, al ejercicio anterior se le conoce como obra en coautoría, en bastantes casos la parte del autor y compositor son aisladas del artista intérprete aunque se

asemejen en las mismas personas, todo esto debe ser documentado en un contrato tanto desde la parte autoral como para la pieza fonográfica. (Sympathyforthelawyer, 2022)

Desde la parte autoral se debe de regular por medio de una coautoría que queda plasmada en un texto sencillo donde se indican cuáles serán los porcentajes de participación para cada uno de los autores y si estos porcentajes van a traspasarse a las editoriales de cada uno de los autores en caso de que tengan este tipo de acuerdos contractuales.

Es bastante común que las colaboraciones surjan por cuestiones de amistad entre los artistas y esta situación facilita a que se hable directamente sobre los aspectos económicos y legales que traerá consigo la creación de la obra y este ejercicio aunque pueda ser mayormente decisión de los artistas debe de pasar por los managers y los abogados especializados en el área para que todos se vean beneficiados y estén de acuerdo en cuanto a las partes que les toca gestionar y que la discográfica pueda valorarlo.

15.3 Lo bueno y lo malo del asunto

Cuando artistas colaboran es común que uno de ellos sea el principal y el otro un invitado a colaborar dentro de la pieza que posiblemente pueda formar parte de un álbum o simplemente ser un lanzamiento de un sencillo esto no significa que el principal es mejor que el invitado sino que por la naturaleza del negocio y función de la obra el artista principal es el que percibe mayores porcentajes de ingreso por la obra además de que es el que realiza un trabajo de promoción más extenso en comparación con el artista invitado.

No existen reglas generales en esta parte pues existen demasiados factores que establecen las métricas del proyecto pues las aportaciones considerables a la obra y a la grabación son las que finalmente serán contempladas en cuanto a los gastos de producción de la misma y para esto se crearán contratos que deben de ser firmados por los artistas y que estos sean autorizados por las editoriales su compañía discográfica y los managers gracias a esto se genera una exclusividad y un gran listado a valorar para realizar la repartición de regalías por la explotación de la obra.

15.4 Lo importante de la colaboración es documentarlo

Es necesario firmar un contrato en el cual ambos artistas puedan quedar respaldados por la vía legal donde deben mediar factores como la propiedad del máster de la obra musical, la

grabación de la pieza, cómo se van a dividir las regalías generadas por los derechos de uso y propiedad intelectual, y considerar factores externos como es la explotación digital ventas físicas y usos en presentaciones en vivo películas, etc.

Dependiendo de la participación que generen los artistas como autores y compositores de la obra podrán calcular cómo dividir los porcentajes de la titularidad de mutuo acuerdo, una de las prácticas más comunes es que los porcentajes se vayan a mitades iguales para que los intereses de ambos artistas no intervengan en el proceso creativo de la creación de la obra musical. (ZonadeObras, 2022)

A pesar de que el creador tenga la propiedad sobre la obra musical esto no significa que en un futuro se pueda negociar una temporada de exclusividad para explotar la pieza y cuando finalice este periodo el propietario vuelva a utilizar la obra como parte de su repertorio, es muy común que este periodo sea de entre 12 a 18 meses el cual se considera es un tiempo de vida útil de un álbum, pero debido al avance de la tecnología y dentro de la industria este ha ido disminuyendo.

Siempre cuando exista una colaboración la intención es que la pieza musical que se interpreta y graba se piensa que va a ser un éxito y para esto además se incluye actividad promocional que depende de los intereses de cada artista y profesionales de la industria pues podría suceder que en el estreno de la obra surja una coincidencia que cada vez se está volviendo más frecuente y es los múltiples lanzamientos de música en un solo día cosa que pone en riesgo el futuro de la pieza pues podría ser que pase desapercibida por los oyentes.

Para realizar un buen trabajo de promoción primero deberá ser meditado en cuanto a las estrategias que serán utilizadas y se deberán obtener las autorizaciones para usar los nombres tanto civiles como artísticos de los intérpretes y su imagen como una marca así es como las compañías discográficas se han acostumbrado a trabajar y de la misma manera debe estar registrado en un contrato qué parte va a realizar la promoción cómo lo hará y el tipo de merchandising que se lanzará al mercado.

Además, en el contrato se debe plasmar quién será la parte que cubrirá los gastos derivados de la grabación que concluirá en el máster de la obra y es que generalmente estos gastos los

cubre la compañía discográfica donde está firmado el artista o pueda darse que hasta el propio artista sea el que pague.

15.5 Cuál es la importancia de que los nombres estén bien ordenados

Otra cuestión que debe ser pensada es si el artista invitado a colaborar será presentado en las plataformas digitales como coautor o simplemente aparecerá dentro de lo de los créditos de la obra, esto tiene su importancia dentro de los sistemas y algoritmos de las plataformas pues si existe algún error al momento de subir la obra pueda que el artista invitado aparezca como el principal o dentro de su perfil esta canción aparezca como su último lanzamiento.

A demás en relación con los nombres artísticos se deberá definir como aparecerán en los créditos si se hará con el uso de sus nombres reales o no. El artista que sale primero comúnmente es el que ha pagado la grabación y feat es el invitado.

15.6 Conceptos de featuring

Según Villatoro “Utilizar el término feat significa que cierto artista es el invitado a colaborar, no tiene tanto crédito entre la grabación y el master como el primer artista, solo una voz de más. Algunas veces los músicos tanto como los productores que no cantan, pero si participan en la elaboración de la pieza, ponen "feat *nombre/artista".

Díaz menciona que “‘feat’ o ‘ft’ es una forma corta de ‘Featuring’. ‘Feat’ se usa generalmente cuando 2 artistas colaboran en la misma canción.”

Mi definición personal de featuring “Es la colaboración que se puede dar entre artistas, músicos, intérpretes o compositores para expresar que la persona invitada tuvo una participación considerable dentro de la obra”.

16. Regalías

La edición de música es un negocio bastante rentable. Pudiera parecer que para ganar dinero de la música se necesita ser uno de los grandes exponentes que ranquean en los números uno de los rankings en plataformas, pero lo cierto es que la posibilidad para ganar dinero a través de El talento y la creatividad es muy accesible y más cuando se trata de regalías las cuales son las que permiten a todo compositor musical recibir una remuneración de ingresos pasivos por los usos que hagan de sus obras musicales. (HookSounds, 2021)

16.1 ¿En qué consisten las regalías musicales?

Las regalías son la cantidad preestablecida de dinero que son propiedad del dueño del derecho intelectual de alguna obra y estas son usadas mediante un permiso específico de derechos de autor, dentro del ámbito musical un compositor tiene todo el derecho de exigir sus regalías dependiendo del porcentaje que le toque si es que trabajó en conjunto con algún otro artista o si la creación es totalmente propia de él se tendrá mayor ganancia.

Es importante conocer el tema a la hora de ceder los derechos para su explotación hacia alguna compañía o editor musical, todo el que está interesado en reproducir ejecutar o mezclar esta pieza debe de hacerlo bajo el mutuo acuerdo que tenga con el propietario, a continuación, se mostrarán algunas formas por las cuales los compositores pueden generar ingresos económicos.

16.2 Tipos de regalías

Licencias de sincronización

Licencias de muestreo

Regalías mecánicas

Regalías de ejecución

Derechos para imprimir partituras

Para las licencias de sincronización hay una mayor variedad de uso pues si la pieza es bastante buena la podrían utilizar para ambientar alguna escena de cine, el tráiler de una serie o alguna novela o serie de televisión, los ingresos y las regalías en este caso derivan de todo el uso que se haga de la obra que se estima por un monto prefijado por el autor y la compañía interesada en utilizar la obra. (Gamboa, 2020)

Las licencias de sampleo son desarrolladas cuando se usa una pista original para crear una nueva y no es necesario que sea la pista completa pues con que sea un pedazo de una pista ajena a la propiedad del artista que crea la nueva pista está sujeta a recibir derechos económicos, aunque estos pueden ser un poco más bajos ya que muchas veces se usan

canciones que llevan muchos años en la industria y para la actualidad ya no son tan relevantes.

La regalías mecánicas al igual son conocidas como regalías automáticas y en este tipo de regalías se crea cuando los usuarios reproducen las canciones en la antigüedad cuando era el caso de que todavía se usaban los CDs quién los fabricaba y quemaba debía pagar independientemente si se vendían o no la cantidad que hiciera para distribuirlos, en esos tiempos se pagaba un total de 9,1 céntimos por obra reproducida, el mismo proceso se lleva a cabo con plataformas como Spotify cada vez que alguna de las obras musicales he reproducida por los listeners se genera un derecho automático para cobrar regalías.

La regañaste ejecución se reciben cuando se ejecuta una reproducción pública o en vivo de cualquier canción y esto incluye las emisiones de radio los streamings por internet además del uso en televisión abierta y de cable.

Los derechos que se generan por la impresión de partituras tienen un respaldo bastante lógico pues una partitura es una traducción codificada y gráfica de la música que se ha compuesto por lo que obtener una partitura que corresponda a cierta canción es prácticamente disponer de la canción misma y por esta razón es que se aplica el monto de las regalías que pertenecen a esta categoría.

16.3 Conceptos de regalías

Parvez menciona que “Las regalías musicales hacen referencia a los pagos que se efectúan a los titulares de derechos de autor, ya sean autores, artistas e intermediarios como sellos discográficos, editores o productores, por el uso de su obra”.

Según Espinoza “Son pagos o compensaciones económicas que se realizan a los titulares de derechos de autor por el uso o la explotación de sus obras protegidas. Estas obras pueden incluir canciones, partituras, jingles, entre otras. Las regalías se generan cuando alguien utiliza, reproduce, distribuye, muestra públicamente o realiza cualquier actividad que implique el uso de una obra protegida por derechos de autor.

Mi definición personal de regalías es “Toda aquella recaudación y propiedad adquirida al vender o licenciar productos de composición, producción o edición de algún material digital o análogo”.

Teorías aplicables

Teoría del consumidor

Es un elemento de la microeconomía que estudia cuales son las preferencias, costumbres y hábitos de las personas al comprar productos y servicios. Para determinar el impacto en la demanda por mercancías, identificar que reglas regían el comportamiento de las personas en el mercado y cuáles son las limitaciones que encuentran al tomar una decisión.

Teoría clásica del consumidor en el siglo XVIII

Con el descarte de las monarquías y la entrada del capitalismo occidental a Europa su objetivo principal era explicar los conceptos de valor, precio, oferta, demanda y distribución que operan en la vida real. Adam Smith publica en 1776 la obra “la riqueza de las naciones” la cual abordaba el choque entre fuerzas de ofertas y demanda autorregularía el mercado equilibrando costes de producción al precio final. Esta teoría tenía la simpleza de analizar que las decisiones de compra estaban motivadas por la necesidad. (Smith, 1776)

Teoría poskeynesiana del consumidor siglo XX

Influenciada por varios campos del conocimiento como sociología, economía, psicología y marketing, donde el comportamiento de compra es influenciado por reglas y hábitos, las personas toman decisiones de compra un tanto espontaneas teniendo presente elementos de su rutina donde sería de su necesidad adquirir ciertos productos cada cierto tiempo. Nuestras decisiones son jerárquicas y subordinadas entre sí por lo que cada persona tendrá claras sus prioridades de consumo por el bien de su calidad de vida. (Silva, 2021)

Teorías del consumismo actuales

Esta propone que el punto de equilibrio para el consumidor da como resultado que ocurre cuando una persona encuentra la mayor utilidad posible que iguale la satisfacción de acuerdo con los ingresos de la persona. (Douglas, 2021)

Efectos en la sociedad

Esta teoría tiene un gran campo de investigación, de estudio y consecuentemente de aplicación en el ámbito social, uno de los elementos es la prevención de los aspectos negativos por el mal uso de los fenómenos sonoro-acústicos.

Los estímulos sonoro-musicales logran generar expresiones orgánicas y psicológicas de la dinámica del ser humano que posibilita aumentar el conocimiento de su funcionamiento. Frecuentemente este tipo de estímulo sonoro llega a ser más poderoso que el estímulo visual o táctil. (Rolando, 1969)

La influencia de la Música en el aprendizaje

Se tiene en consideración a la música, así como un medio de distracción también como un canal por el cual es posible mejorar la salud y tener la posibilidad de estimularla mediante diversos métodos fisiológicos, afectivos y mentales, contribuyendo en esto elementos tales como la tonalidad, melodía, ritmo, armonía, así como frases, composiciones, instrumentos, voz y grabaciones.

Howard Gardner afirma en su teoría de las Inteligencias Múltiples que la música estimula la totalidad de las inteligencias con las que las personas experimentamos y comprendemos el mundo. Introducir el concepto de inteligencia intrapersonal, entendida ésta como el conocimiento de los aspectos internos de uno mismo, el acceso a la vida emocional, a los propios sentimientos, así como la capacidad de distinguir las emociones y ponerles un nombre. (Gardner, 2006)

Convertir en movimientos la música, el ritmo y el sonido entrena los sentidos y favorece la motricidad esto ayuda a desarrollar habilidades cognitivas, mejora la percepción, el pensamiento, el aprendizaje y la memoria Estudios han demostrado que después de tocar música en conjunto las personas se comportan más pacíficos, pro social, altruista y orientado a la comunidad, un efecto cooperativo que fortalece el vínculo social.

CAPITULO 5

METODOLOGIA

Para llevar a cabo la investigación se optó por llevar a cabo entrevistas a profundidad donde dueños, socios, ingenieros de audio, productores, cantantes, músicos y compositores fueran participes intercambiando opiniones, ideas y respondiendo a las preguntas planteadas para la recolección de información, logrando con esto medir con variables cualitativas el impacto de sus respuestas en relación con los planteamientos que requieren respuestas de las perspectivas que comparen la industria musical de hace algunos años con la actual.

El método de muestreo para la elección de los participantes fue no probabilística y no aleatoria por conveniencia debido a que un comportamiento que caracteriza a los ingenieros de audio y productores de música es trabajar cara a cara con el artista, compositor o músico en cuestión.

Por lo que captar el interés de los expertos en colaborar con su conocimiento para esta investigación, más la carga de trabajo que impedía la sincronización de horarios para llevar a cabo la entrevista hacía más difícil la labor, pero se tiene la certeza de que esta herramienta de recolección de datos fue la adecuada pues para este trabajo se contó con más de seis horas de entrevista que ha sido grabada para su posterior análisis y recopilación de datos, a continuación se muestra el formato utilizado para todas las entrevistas que dieron paso a la obtención de resultados gratificantes.

1. Guion para la entrevista

El alumno se presenta*

Los participantes se presentan*

Se les pide a los participantes comenten cuantos años de experiencia tienen dentro del sector, en que proyectos han trabajado y como comenzaron en la industria*

¿Cuál considera es el detonador/factor para que una persona quiera dedicarse a la música?

¿Cómo explica la nueva ola de talentos en México o a que atribuye que artistas como Peso Pluma llegaran al Top 1 Global?

¿Cómo percibe el panorama actual de la música entre géneros, plataformas, artistas, la industria, los premios?

¿Cuándo alguien adquiere los servicios de su sello que patrones ha identificado en las personas que quieren dedicarse en esta industria? ¿Se cumplen los estereotipos?

¿Qué es lo mínimo que como sello/productor se espera de una persona que adquiere los servicios de grabación, composición o producción para que el trabajo sea de calidad?

¿Alguna persona con la que han trabajado ha tenido éxito?

¿Tiene la noción de cuánto dinero ha invertido en la música? (equipo, cursos, instrumentos, softwares)

¿Cuál considera que es la herramienta más importante de un artista emergente? (Voz, apariencia, personalidad, habilidad con su instrumento)

¿Qué le aconsejaría a una persona que es nueva en esta industria y quiere hacerse de un lugar?

¿Algún factor que usted piensa que muchas veces no se toma en cuenta al momento de adentrarse en la música o que se pasa por desapercibido? (Conocimiento teórico musical, habilidades interpersonales)

¿Qué opina de que ahora los artistas emergentes aparte de hacer su música deben de promocionarse, saber de fotografía, video filmación, marketing, comportamiento del consumidor, estilista, todólogo?

¿Cuál es su teoría sobre la inteligencia artificial y su repercusión en unos años?

Finalizar la entrevista agradeciendo el tiempo brindado por el participante*

2. Tabla de constructos

Constructo	Marco Teórico	Dimensión	Variable	Escalas
El origen de la introducción a la música	Hormigos, J. (2004).	Identificar el despertador de la música en las personas	¿Cuál considera es el detonador/factor para que una persona quiera dedicarse a la música?	Pregunta libre que permite al participante brindar una respuesta basándose en su propio conocimiento
Tendencias en la industria actual	Charnas, D. (2010)	Surgimiento de nuevos talentos	¿Cómo explica la nueva ola de talentos en México o a que atribuye que artistas como Peso Pluma llegaran al Top 1 Global?	
		El arte como oportunidad de negocio	¿Cómo percibe el panorama actual de la música entre géneros, plataformas, artistas, la industria, los premios?	
Comportamiento del consumidor	Douglas, S. (2021).	Qué rasgos caracterizan a los artistas emergentes	¿Cuándo alguien adquiere los servicios de su sello que patrones ha identificado en las personas que quieren dedicarse en esta industria? ¿Se	

			cumplen los estereotipos?	
		Los requisitos de expertos hacia su mercado	¿Qué es lo mínimo que como sello/productor se espera de una persona que adquiere los servicios de grabación, composición o producción para que el trabajo sea de calidad?	
		Manejo financiero responsable de los recursos	¿Tiene la noción de cuánto dinero ha invertido en la música? (equipo, cursos, instrumentos, softwares)	
		Habilidades imprescindibles en la industria	¿Cuál considera que es la herramienta más importante de un artista emergente? (Voz, apariencia, personalidad, habilidad con su instrumento)	
Mejores prácticas en la industria	Baym, N. (2012).	Cómo iniciar en la música	¿Qué le aconsejaría a una persona que es nueva en esta industria y quiere	

			hacerse de un lugar?	
		Qué cosas evitar en la música	¿Algún factor que usted piensa que muchas veces no se toma en cuenta al momento de adentrarse en la música o que se pasa por desapercibido? (Conocimiento teórico musical, habilidades interpersonales)	
Habilidades complementarias	Amaral, A. S. (2009).	El multitasking en la industria musical	¿Qué opina de que ahora los artistas emergentes aparte de hacer su música deben de promocionarse, saber de fotografía, video filmación, marketing, comportamiento del consumidor, estilista, todólogo?	
Avances tecnológicos	Pulgarín, J. (2023).	Las nuevas herramientas en el sector	¿Cuál es su teoría sobre la inteligencia artificial y su repercusión en unos años?	

Se agradece profundamente la disposición de los sellos discográficos Guacamaya Records conformado por Luis Miguel Olguín ingeniero en audio y Gerardo Córdova ingeniero en audio, cantante y pianista, ambos egresados del SAE INSTITUTE MEXICO la institución de educación superior especializada en medios creativos, SE27 Musiclab perteneciente a Adrián Salvador Pérez Uri productor con experiencia en back stage de conciertos en vivo, Estudio 22 de Hugo Antonio Rodríguez García que cuenta con más de 12 años de experiencia en producción musical además de estar certificado en mezcla y mastering y LennRecords con Ciprianni Artú cantante, compositor y productor musical con 30 años de experiencia dentro de la industria.

CAPITULO 6

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Resultados

Tras previamente haber interpretado la información obtenida con la herramienta de investigación se puede entender que muchos de los expertos opinan de igual manera sobre que en la actualidad quién quiere dedicarse a la música comúnmente tenga un propósito de llegar a ser reconocido y obtener por así decirlo fama entre su círculo social, ya son pocas las personas que realmente continúan con la tradición de dedicarse a la música por cuestiones meramente artísticas.

Sobre el fenómeno que se dio cabida dentro de la industria que consecuentemente mantuvo artistas mexicanos en el top 1 global de las principales plataformas de streaming musical los participantes opinaron que muchos factores fueron partícipes en esta situación pero sobre todo que fue un cambio natural respetando el ciclo que tiene la música ya que el género de reggaetón había fastidiado y cansado a los oyentes activos de música por lo cual la llegada del resurgimiento del regional mexicano con el subgénero clasificado como corridos tumbados fue el aire fresco que muchos consideran le hacía falta a la industria después de varios meses en los que los artistas latinos se apropiaron de los rankings.

Se comentó que el impacto sobre la era digital a la industria fue mayormente visto en las ventas físicas y las desagrupaciones de bandas que para los pocos ingresos que se estaba generando en las productoras no tuvieron mayor remedio que escoger a un integrante de toda la banda para continuar con el proyecto y es por esto que el rock se vio directamente afectado.

A demás de que con la llegada en tendencia de escuchar audios relajantes o para dormir fue un duro golpe a la moral de los productores puesto que son obras sin tanta complejidad que están siendo remuneradas de la misma forma que cualquier canción dentro de las plataformas, se entiende que la industria siempre ha sido primero un negocio y no muchos profesionales han sabido adaptarse al cambio en cuanto a que no importara si la música fuera buena no sino que fuera negocio y generar ingresos para los sellos discográficos.

Se tiene una percepción negativa sobre los artistas actuales debido a la gran variedad de herramientas con las que ahora cuentan por lo que practicar y ensayar sus piezas ya no lo

consideran tan necesario pero cuando llega el momento de grabar en un estudio profesional muchas veces existen problemas entre los productores y los artistas ya que están acostumbrados a utilizar estas herramientas para hacer de su trabajo más fácil y no se ven lo suficientemente involucrados en su proyecto ni tienen el compromiso que a los ingenieros de audio les gustaría.

En cuanto a los estereotipos sorprendentemente se podría decir que dentro de poco podría desaparecer esta barrera que los caracteriza aunque los expertos están de acuerdo en que a día de hoy siguen siendo perfectamente aplicables ya sea por elementos como la vestimenta, el acento y la apariencia que pueda tener un artista para descifrar qué género de música es al que pertenece, datos reveladores proporcionados por los productores como que el 90% de sus clientes son hombres han ido cambiando posteriormente a la crisis sanitaria que hubo en 2020.

Además de que son pocos los proyectos originales que buscan crear música nueva porque la gran mayoría buscan grabar covers para promocionarse en las redes y obtener trabajo para tocar en bodas, bautizos, XV años y cualquier tipo de evento que requiera de música en vivo, es reiterante para los artistas que un requerimiento por parte de los productores sea que lleven bien aprendidas sus letras y en caso de los músicos sus instrumentos listos para que dentro del estudio no se pierda tiempo y se pueda realizar un trabajo de calidad.

Ya que resulta muy costoso para el ingeniero en audio tener un cuarto destinado a la grabación y producción de música cuando este le pudo haber costado más de \$100,000 pesos y por factores externos el costo de sus servicios no pueda exceder los 700 u 800 pesos por hora de grabación.

Y ya que estamos hablando de la inversión que han realizado estas personas para tener su estudio casero estos consideran que primeramente al inicio de su carrera el adquirir instrumentos, software y equipo de audio era mayormente como un gusto propio y no se veía como una herramienta de trabajo pero al paso del tiempo entienden que debe de haber una relación entre los servicios que pueden ofrecer con el equipo que ya tienen y el costo que se debe de ver reflejado para obtener un retorno de inversión del mismo.

La que consideran es la herramienta más importante para los nuevos artistas en este momento es la personalidad y actitud que un músico o cantante pueda proyectar sobre su público puesto que al mercado de hoy no le interesa tanto si la ejecución del instrumento es perfecta y habilidosa o si el cantante tiene la mejor técnica vocal para interpretar, sino que buscan entretenimiento más que calidad de sonido y performance por lo que esta información puede ser de mucho valor para quien va empezando y tiene el propósito de obtener una base de seguidores con la que puedan conectar.

¿Cuál es el costo del primer paso de un artista?

Concepto	Costo
Adquisición de la licencia para el derecho de uso comercial de una pista instrumental para que el artista grabe sobre ella	\$800
Grabación de voz en un estudio dedicado donde se cuenta con el equipo necesario para obtener la mejor calidad de audio (4 horas de renta)	\$1600
Servicio de mezcla y mastering con un ingeniero de audio especializado en el género musical del artista	\$1600
Publicación de la canción a través de una distribuidora digital que otorgue el registro y los derechos de propiedad intelectual al artista	\$400
Registro del nombre artístico ante el IMPI	\$2814
TOTAL PARA QUE UN ARTISTA TENGA SU PRIMER CANCIÓN	\$7214

Tabla elaborada por el autor (2024).

Partiendo de esta tabla de costos se entiende que cualquier artista emergente puede iniciar su carrera sin la necesidad de mucho dinero, pero debe considerarse que a excepción del registro de marca que tiene una duración de diez años, los demás costos deben de ser contemplados por cada canción que el artista quiera lanzar en su proyecto musical.

Además de que se debe agregar los costos de transporte que requiera el artista al acudir con cualquiera de los profesionales que ofrezcan los servicios de producción mas aparte otros costos variables como sesiones de fotos, pagar anuncios en redes para impulsar la música, la grabación de videoclips si se considera necesario, la adquisición de ropa y recursos que sean propios del artista para mantener una imagen relevante, en fin, son muchas las consideraciones que se deben tener.

Mínimamente son \$7214 pesos que el artista desembolsará para tener presencia en las plataformas de música digital y si es que el artista tiene pensado generar un retorno de inversión solamente proveniente del pago de regalías este tendría que conseguir un poco más de 55,000 reproducciones por canción para alcanzar su punto de equilibrio y de ahí volverse un proyecto rentable para llamar la atención de disqueras o grupos de inversionistas que quieran ofrecerle contratos específicos para presentaciones en vivo o shows privados que son los que más dinero pueden ofrecerle al artista, pero eso queda a criterio de cada uno y se debe adecuar de acuerdo a la esencia y objetivos individuales.

Otro tema importante que se abarcó dentro de las entrevistas al panel de expertos fue el cómo hacerse de un lugar dentro de la industria de la manera más fácil o rápida posible y hay un patrón sobre el que invertir en una formación académica especializada dentro de la música te da un 50% de posibilidades de conocer personas dedicadas al medio y mantener lazos de importancia con las personas de la industria y el otro 50% el conocimiento que se pudiera adquirir desde la institución dedicada hasta la información que se puede encontrar en las páginas de internet y foros de conversación.

Comentan los productores que es importante involucrarse en todas las áreas posibles hasta que el artista se pueda hacer de un equipo de personas que le faciliten hacer su trabajo para que este pueda dedicar el mayor tiempo posible a su arte y no preocuparse por lo demás, los artistas deben de tener muy claro lo que quieren comunicar y aprender a hacerlo es una de las claves para continuar siendo creativos y constantes teniendo siempre en cuenta al público que los apoya.

Ya por último se retomó la cuestión más complicada de la actualidad de la industria porque la inteligencia artificial ha venido a poner a sudar a algunos profesionistas de esta rama pues la complejidad que manejan estas herramientas pueda que en poco tiempo le quite el trabajo a muchas personas que tendrán que adaptarse y retomar un rol fuera de su zona de confort se habla de los hologramas y traer de la muerte a artistas que fueron históricos y aportaron mucho valor a la industria en sus respectivos años y combinado con la tecnología que se está desarrollando en las empresas multimillonarias de Estados Unidos y Europa no suena descabellado que pronto tendremos a Michael Jackson interpretando todos sus éxitos al mismo tiempo en los escenarios principales de México, Brasil y Estados Unidos.

Análisis de los resultados

Dentro de toda la información anteriormente abordada se niega la hipótesis que proyecta el éxito de los artistas emergentes y su relación en el aspecto económico, pues en ningún momento los participantes tienen la percepción de que el éxito de un proyecto musical se deba circunstancialmente por la fuente monetaria que haya podido tener o no a la disposición cualquier músico, compositor, cantante o artista en general, solamente lo cuentan como un apoyo que psicológicamente contrarresta ciertas dificultades que la persona puede tener como la falta de un instrumento.

Pero al ya poseer uno la habilidad del artista se centra únicamente en el tiempo y la dedicación que se le tenga al dominio del mismo, es de hecho que se sabe que muchos artistas grandes comenzaron sin nada más que una libreta para escribir sus canciones y la ayuda de una computadora con un software de grabación para darle forma a sus ideas, algunos otros fueron descubiertos cantando en alguna clase de evento social, pero ese es otro tema ya que ese tipo de acercamientos se dan meramente por suerte aunque eso sí, mostrarse ante la gente aumenta las probabilidades de ser descubierto por algún A&R o productor musical.

El aprovechamiento de los vacíos o sobreexplotación de algún género musical en específico crea grandes oportunidades de crecimiento a corto plazo pero para estar al tanto de estos sucesos se debe llevar a cabo un monitoreo activo en toda clase de plataformas que brinden información sobre los rankings globales así como los locales, el artista debe estudiar el comportamiento de los mercados que se asemejan al suyo y como estrategia básica de posicionamiento deberían darse cuenta de qué es lo que las personas están escuchando en sus casas, en las discotecas y clubs nocturnos, dentro del transporte público y hasta la música que usan para dormir en algunos casos.

Los artistas no deben de olvidar que la industria primero que arte es un negocio por lo que deben estar preparados a las oportunidades que se les pueden presentar para obtener mayor alcance con su proyecto, en la actualidad hay muchas marcas que buscan conectar con públicos que consumen las marcas personales de artistas, dj's y músicos, las alianzas comerciales o patrocinios serían una perfecta opción para complementar la fuente de ingresos del artista y a su vez que este mismo no sacrifique el enfoque que tiene en la música por

cuestiones externas de las que dependan otras personas como su familia, amigos y compañeros de profesión.

Lo que realmente debe preocuparle al que quiere darle mayor exposición a su proyecto es trabajar en su imagen, como su comunidad percibe su actitud y forma de ser en el escrutinio público, si es bueno con los animales, amable con las personas de edad avanzada o tiene alguna razón social por la que abogue como el cuidado al medioambiente, todos estos puntos suman a favor del artista cuando este sabe darle foco a las buenas acciones que independientemente de su habilidad musical le da una aceptación general por parte de la población interesada en su proyecto.

Lo que más reiteradamente se comentó por parte de los expertos ha sido la escasez en cuanto al compromiso del artista dentro del estudio de grabación, ir sin tener bien ensayada una pieza lo consideran como una pérdida de tiempo tanto para el artista como para los mismos ingenieros pues ellos trabajan para darle la mejor calidad sonora a las piezas de los artistas y es de hecho que sienten que cuando hay mujeres en un estudio ellas son las que van a poner el orden para los casos de las bandas de rock o baladistas que van empezando y requieren de apoyo en su interpretación o algunos coros de fondo para agrandar la canción.

En cuanto a la parte técnica y de hardware referido a la carrera del artista y como parte de sus herramientas para impulsar su carrera se tiene muy entendido que ningún músico o productor adquiere cualquier instrumento o equipo de grabación con el pensamiento de que es su herramienta de trabajo, no tienen presentes las finanzas del proyecto pues entienden que es una carrera a largo plazo y prefieren disfrutar de su equipo antes que estar pensando en cuantas canciones o después de cuantos conciertos es que debe estar pagada esa deuda de inversión en su equipo físico.

Esto viene más tarde y evidentemente con mayor probabilidad en los estudios de grabación porque naturalmente muchas veces tienen que rentar el lugar donde trabajan, además de que deben renovar cada cierto tiempo sus suscripciones a ciertas plataformas que les facilitan su trabajo con los plugings o bancos de sonidos como splice.

Las palancas o contactos que tengan los artistas son una parte fundamental para obtener la visibilidad que requiere su carrera para crecer y no es estrictamente necesario que tengan el

número de algún dueño de un sello discográfico o sean familiares del director de Warner Music, con el solo hecho de tener un amigo que sabe de grabación y edición de fotografía ya se puede ir trabajando profesionalmente la imagen en redes sociales del artista, un conocido que tenga una cafetería o restaurante podría permitir una sesión en vivo de muestra para probar la habilidad del cantante en el escenario.

Mucho se ve en México de los instrumentistas que se suben a los camiones a tocar pidiendo monedas o los percusionistas que en la entrada o salida de algún tianguis se ponen a tocar los fines de semana para recibir propinas de la gente que va pasando, no hay excusas a día de hoy para no querer darse a conocer en una comunidad que posiblemente pueda apoyar el proyecto musical de un artista local.

Gracias a la tecnología con la que se cuenta en este momento las fuentes de entretenimiento son abrumadoras por lo que conseguir la atención de las nuevas generaciones se está volviendo una guerra de ver quien es la persona más graciosa, talentosa atractiva o con mejores habilidades para hacer algo que pueda grabar y subir a las redes sociales.

Es por eso que el artista debe de buscar ampliar su conocimiento y saber un poco de todo lo que pueda ayudarlo a mejorar como músico, realmente es que con la plataforma YouTube se puede aprender casi todo y solo se necesita de tiempo y dedicación para conseguir nuevas fortalezas que permitan a los proyectos musicales tener presencia tanto en el plano físico como en el digital.

Finalmente se percibe un gran sentimiento de incertidumbre acerca de las nuevas tecnologías y el dominio de la era digital pues con lo nuevo de la inteligencia artificial no cuesta más que apretar algunos botones para tener una pista que respete la teoría musical, pedirle a algún robot que escriba una canción sobre cualquier tema y de ahí lo único que falta hacer es que una inteligencia pueda interpretar con nuestra voz la letra de la canción encima de la pista, es frustrante para los expertos saber que la nueva música está dejando de tener el toque humano que tanto la caracteriza y también les parece inconcebible que la población acepte la calidad con la que mucha música se está estrenando a día de hoy.

Pero no les queda simplemente más que aceptarlo y seguir adelante, mucho se decía de que programas como Photoshop iban a terminar con el trabajo de los fotógrafos y unas décadas

después aquí siguen brindando sus servicios para todo tipo de eventos memoriales, a la reflexión que llegan los participantes es que en todos los sectores ha habido cambios y no por eso han desaparecido los profesionistas dedicados a ese sector en particular.

Discusión

Al punto que se llega en este momento aparecen bastantes dudas sobre las preguntas de investigación planteadas para este trabajo pues si bien el aspecto económico no es el principal determinante dentro de la carrera de un artista, si debe ser considerado como una base sólida para que el proyecto pueda verse reflejado y tener mayores oportunidades de un crecimiento exponencial ante su segmento de escuchas.

Se ha sabido de muchos músicos que con la nueva aplicación Tiktok han obtenido visibilidad momentánea que, así como los llevo a la cima por unos cuantos días los hizo regresar al punto en el que estaban, solo muy pocos consiguieron obtener algún beneficio real de su esfuerzo por mostrarse ante el mundo a través de las redes sociales, pero ¿Cuál de estas es la que mayores resultados puede brindar para un artista emergente en México?.

¿El gobierno actual se interesa en desarrollar programas que impulsen el interés o el respaldo para los jóvenes que están interesados en la música? Mediante una investigación propia se puede decir que si hay algún tipo de interés en equipar con hardware especializado un espacio para que las personas puedan acudir a recibir la ayuda y orientación sobre la música.

Pero por alguna razón no es un hecho que toda la población pueda tener en cuenta al momento de iniciar su carrera musical y es que las instituciones gubernamentales tampoco le dan notoriedad a este tipo de lugares pues en experiencia propia nunca se ha visto de una campaña o perifoneo que invite a la comunidad a visitar las instalaciones y aprovechar de los recursos que fueron destinados para ese fin.

Otra inquietud que surge tras esta investigación es sobre si el mercado de las plataformas de musical digital está siendo influenciado por los algoritmos generados por expertos en el comportamiento del consumidor y manipulen conscientemente los gustos de las personas ¿Será acaso que el gusto por nuestra música y artistas favoritos es manipulado por estas empresas que en teoría tienen el control de lo que está a disposición de los oyentes? Y si es así entonces debe haber sellos discográficos interesados en pagar alguna cantidad de dinero

por introducir a sus nuevos artistas y crear un negocio redondo sin que nadie se pueda dar cuenta.

México como uno de los mayores mercados musicales latinos es un referente al momento de que artistas extranjeros quieren posicionarse dentro de la industria, pero si esto es cierto ¿Por qué son pocos los artistas mexicanos que pueden llenar las plazas de otros países como Colombia, Argentina, Chile o España? Y es que el esfuerzo para penetrar nuevos mercados y colaborar con artistas de otras nacionalidades es un ejercicio obligatorio para ayudar al crecimiento de una carrera musical, pero puede llegar a ser que el mercado mexicano prefiere simplemente darles la oportunidad a los extranjeros antes que a los locales y es por eso que se puede tachar de malinchista en cierto aspecto.

Otro aspecto a considerar y un fenómeno que se ha visto con los ya mencionados artistas extranjeros es la derrama económica por parte de las generaciones millennial y generación X que están dispuestos a contraer deudas por conseguir boletos para las presentaciones en vivo de artistas internacionales y es bien sabido que son pocas las fechas que lanzan para sus conciertos por lo que verlos en persona podría ser una oportunidad única en la vida y es que eso se refleja en las filas virtuales que brindan páginas web como Ticket Master que ha evidenciado la locura total para los fanáticos de estos artistas tan talentosos.

¿Está garantizado que si se cuenta con el recurso económico el éxito sea más probable?

¿Qué se necesitaría para que México sea el número uno como mercado musical?

¿La música en español ya se puede considerar como la de mayor consumo en el mundo?

¿Qué beneficios se obtienen de ser un potencial como mercado dentro de la industria?

¿El avance tecnológico dentro de la música en los siguientes 10 años será más perjudicial que benéfico?

¿Quiénes son los que tienen mayor oportunidad en el futuro de triunfar en la industria?

¿Músicos, compositores, arreglistas, cantantes, Dj's?

¿Cuánto tiempo y dinero está dispuesto a invertir un artista en su carrera antes de abandonarla?

Conclusiones

Considero que este tipo de estudios son los que marcan un aporte significativo en cuanto a la preparación académica que se pueda llegar a tener como alumno, para que en un futuro cercano pueda continuar estudiando alguna variante más específica en cuanto al sector analizado, me llena de orgullo y satisfacción saber que trabajos como este serán de gran ayuda para artistas y músicos emergentes mexicanos que buscan forjar un proyecto musical exitoso a largo plazo y no quedarse simplemente con la inmediatez que posiblemente le puedan brindar las redes sociales y plataformas de distribución. Sería una excelente noticia que con el pasar del tiempo aumente el porcentaje de artistas que realmente se puedan dedicar a lo que les gusta y no dejar su pasión artística por los estigmas sociales y la falta de oportunidades sobre convertir su pasatiempo en una actividad que le genere ingresos y pueda vivir de la música.

Debido a que por la naturaleza de la industria muchas veces la información es compartida con un grupo limitado de personas, este trabajo contribuye a facilitar la accesibilidad a los datos importantes para la toma de decisiones de los artistas y músicos independientes que intentan comprender a su mercado potencial y no solo eso, también alienta a que personas fuera del ámbito musical puedan comprender profundamente el funcionamiento de la industria que forma parte fundamental de su día a día, pudiendo explicar situaciones que llegan a surgir con sus artistas favoritos o eventos masivos como lo son los conciertos, ninguna persona es ajena a la música por lo que no está de más conocer un poco más sobre el trasfondo que hay en este sector comercial.

Todo lo que envuelve a la industria durante los últimos 10 años ha sido realmente desafiante para quienes estaban acostumbrados a el método tradicional para comercializar su música y generar ingresos mediante la venta de mercadería y sus presentaciones en vivo pero ahora con tanta variedad de herramientas de las que se disponen con un solo clic parece surrealista continuar con estrategias que toman en cuenta la frecuencia de contenido, el manejo del branding y cronogramas de publicación que aterrizados a la realidad son buenas prácticas con las que se puede llegar a una mayor audiencia con la constancia necesaria.

Sin embargo para la mayoría de los artistas hay muchas responsabilidades con las cuales se les dificulta poder dedicarse a su fuerte que es la música, más aparte realizar todas estas tareas

secundarias por llamarlas así y el consejo que se les puede dar es que mantengan un ritmo con el cual puedan progresar para que no sea abrumador cumplir con todas las tareas que se supone deberían ser cumplidas pero que no se pueden comparar con los artistas que tienen grandes sellos discográficos que lo respaldan con cifras de dinero impresionantes, muchas veces estas personas se enfocan en lo técnico de los procesos para volverse virales y dejan de lado crear un proyecto que sea relevante dentro de la industria, es aconsejable para un artista que en su crecimiento o inicio pueda centrarse en su identidad y poner atención a la esencia que quiere proyectar para su público potencial.

El desarrollo de esta investigación muestra muchas de las áreas que pasan desapercibidas cuando algún músico o cantante quiere dedicarse a la industria pero no entiende el modelo del negocio y todas las implicaciones que requieren de mantenerse vigente, las fuentes de ingreso y todos los elementos que hacen partícipes a distintos profesionales para lograr un objetivo en común que es continuar con este sector brindando productos de calidad y entretenimiento que puedan ser consumidos por las masas a cambio de música increíble y lo mejor del movimiento para la libre expresión llenando de emociones a la audiencia sin perder el enfoque ni el tacto humano en cada una de las obras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

- Aguilera, T. (2023). ¿Sabes la diferencia entre corridos, música norteña y sierrreña? Nuestro diccionario de música regional mexicana lo explica. *Billboard*. Recuperado el 2023, de <https://www.billboard.com/lists/musica-regional-mexicana-diccionario-generos/>
- AIMM. (2021). Los mayores conceptos erróneos de la industria musical | 8 mitos comunes de la industria. *AIMM*. Recuperado el 2023, de <https://aimm.edu/blog/biggest-music-industry-misconceptions>
- Alvarado, M. (2023). *Música como negocio en México: Visión general, oportunidades y desafíos*. Recuperado el 2023, de <https://situam.org.mx/negocios/musica-como-negocio.html>
- Amaral, A. S. (2009). *Friendship, Recommendation and Consumption on a Music-Based Social Network Site*. AOIR.
- Arevalo, A. (2023). La transición de influencer a artista. *Chartmetric*. Recuperado el 2023, de <https://hmc.chartmetric.com/la-transicion-de-influencer-a-artista/>
- Baym, N. (2012). «*Friends or Fans?: Seeing Social Media Audiences as Musicians Do*».
- Believe. (2022). Liberando el poder del potencial local: el ascenso global del regional Mexicano. *Believe*. Recuperado el 2023, de <https://www.believe.com/newsroom/liberando-el-poder-del-potencial-local-el-ascenso-global-del-regional-mexicano>
- Blackmore, J. (2022). Los mejores teclados Midi para principiantes: Nuestros mejores. Recuperado el 2023, de <https://emastered.com/es/blog/best-midi-keyboard-for-beginners>
- Bowyer, M. (2022). La ingeniería de sonido como herramienta fundamental para los eventos en vivo. *Quora*. Recuperado el 2023, de <https://www.quora.com/How-long-does-it-take-to-be-a-good-sound-engineer>
- Brunotts, K. (2022). Cómo crear un sello discográfico: Guía paso a paso. *Emastered*. Recuperado el 2023, de <https://emastered.com/es/blog/how-to-start-a-record-label>
- Calle, L. (2023). Kenia Os, de sensación de las redes sociales a promesa musical. *Billboard*. Recuperado el 2023, de <https://www.billboard.com/espanol/musica/kenia-os-artista-latina-en-ascenso-de-influencer-a-promesa-musical-1235404077/>
- Cenit Psicólogos*. (2016). Obtenido de <https://cenitpsicologos.com/musica-personalidad-y-estereotipos/>
- Charnas. (2010). Recuperado el 2023, de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=28XUK9uD4-I>
- Corina Malpica, A. R. (2020). *Cómo funciona el Booking en la Industria Musical y cómo la Pandemia lo Afectó*. Recuperado el 2023, de <https://www.youtube.com/watch?v=n3s2ADZRxdw>
- Denizeau, G. (2005). *Géneros musicales. Hacia una nueva historia de la música*. París: Larousse.

- Descubre qué micrófonos son los mejores para tu estudio. (2022). *DJPMusicSchool*. Recuperado el 2023, de <https://djpmusicschool.com/2022/07/descubre-microfonos-estudio/>
- Distrimokey. (2022). 10 claves para triunfar en la musica. *Distrimokey*. Recuperado el 2023, de <https://distrimokey.com/10-claves-para-triunfar-en-la-musica/>
- DittoMusic. (2023). Independiente vs Firmado: ¿Qué es lo mejor para tu carrera musical? *DittoMusic*. Recuperado el 2023, de <https://dittomusic.com/es/blog/independent-vs-signed>
- Douglas, S. (2021). *Zendesk*. Recuperado el 2023, de <https://www.zendesk.com.mx/blog/teoria-del-consumidor/#:~:text=La%20teor%C3%ADa%20del%20consumidor%20es,al%20comprar%20productos%20y%20servicios.>
- Dowling, W., & Harwood, D. (1986). *Cognición musical*. Estados Unidos: Prensa académica.
- Drake, C. (1998). *Procesos psicológicos implicados en lo temporal, Organización de secuencias auditivas complejas: universales y procesos adquiridos. Percepción musical: una revista interdisciplinaria, Berkeley, v. 16, n. 1, pág. 11-26.*
- Edwin, G. (2012). *Secuencias de aprendizaje en la música: una contemporaneidad. Teoría del aprendizaje musical. Chicago: Publicaciones GIA.*
- El Financiero. (2022). ¿Boletos clonados para Bad Bunny? Profeco acusa a Ticketmaster de vender boletos duplicados. *El Financiero*. Recuperado el 2023, de <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/2022/12/12/boletos-clonados-para-bad-bunny-profeco-acusa-a-ticketmaster-de-vender-boletos-duplicados/>
- Eleconomista*. (2022). Recuperado el 2023, de <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Reportan-crecimiento-de-27-en-uso-y-consumo-de-musica-grabada-en-Latinoamerica-20220912-0138.html>
- Espinoza, G. (2023). *5 tipos de regalías musicales y cómo calcularlas*. Recuperado el 2023, de <https://enotar.io/es/blog/tipos-de-regalias-musicales>
- Figueiras, S. (2021). *Qué es el networking*. Recuperado el 2023, de <https://www.ceupe.mx/blog/que-es-el-networking.html>
- Financiero, E. (2022). Christian Nodal: ¿Por qué se hizo tan famoso el cantante de regional mexicano? *El Financiero*. Recuperado el 2023, de <https://www.elfinanciero.com.mx/entretenimiento/2022/07/30/christian-nodal-por-que-se-hizo-tan-famoso-el-cantante-de-regional-mexicano/>
- Gaby. (2014). *IndustriaMusical.com*. Recuperado el 2023, de <https://industriamusical.com/cual-es-la-diferencia-entre-un-sello-discografico-y-una-casa-productora/>
- Gamboa, A. (2020). ¿Cuáles son los tipos de regalías musicales? *Symphonic Latino*. Recuperado el 2023, de <https://blog.symphoniclatino.com/2020/05/07/cuales-son-los-tipos-de-regalias-musicales-2/>

- García, A. (2023). ¿Qué hace realmente un A&R? *Symphonic Latino*.
- Gardner, H. (2006). *La teoría de las inteligencias múltiples*. Recuperado el 2023, de https://elearning.centre-univ-mila.dz/a2025/pluginfile.php/93255/mod_resource/content/1/The%20theory%20of%20seven%20intelligences.pdf
- González. (2021). *Seedlawpr*. Recuperado el 2023, de <https://www.seedlawpr.com/articulos-y-publicaciones-negocios/cual-es-la-historia-de-la-industria-musical>
- González. (2022). *Seedlawpr*. Recuperado el 2023, de <https://www.seedlawpr.com/articulos-y-publicaciones-negocios/8-cosas-que-necesitas-saber-sobre-los-sellos-discograficos-independientes>
- Gonzalez, S. (2020). Entrevista con Bruces. *Vibras*. Recuperado el 2023, de <https://www.vibras.com.mx/post/entrevista-bruces>
- Grageda, A. (2023). *Spotify: México es el segundo sitio mundial en superoyentes*. Recuperado el 2023, de <https://fusilerias.com/spotify-superoyentes-2-mexico/>
- Gutierrez, V. (2020). OCESA es el tercer promotor más poderoso del mundo. Recuperado el 2023, de <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/OCESA-es-el-tercer-promotor-mas-poderoso-del-mundo-20200114-0147.html>
- Gutierrez, V. (2021). Spotify, el rey de la música en plataformas de Streaming en 2021. *Fortuna*. Recuperado el 2023, de <https://revistafortuna.com.mx/2022/01/17/spotify-el-rey-de-la-musica-en-plataformas-de-streaming-en-2021/>
- Gutierrez, V. (2022). Spotify, el rey de la música en plataformas de Streaming en 2021. *Fortuna*. Recuperado el 2023, de <https://revistafortuna.com.mx/2022/01/17/spotify-el-rey-de-la-musica-en-plataformas-de-streaming-en-2021/>
- Hernández, M. (2023). El crecimiento imparable de la industria musical en México. *FIMGDL*. Recuperado el 2023, de <https://finguadalajara.mx/noticia/el-crecimiento-imparable-de-la-industria-musical-en-mexico>
- Hinojosa, Y. (2018). *idus*. Recuperado el 2023, de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/93419/Estrategia_de_comunicacion_y_comparativa_entre_las_principales_plataformas_de_streaming.pdf?sequence=3
- HookSounds. (2021). ¿Qué son las regalías y cómo funcionan? *HookSounds*. Recuperado el 2023, de <https://www.hooksounds.com/es/blog/que-son-las-regalias-y-como-funcionan/>
- Hormigos, J. y. (2004). *La construcción de la identidad juvenil a través de la música*. *Revista Española de Sociología*, 4, 259-270.
- IBERO 90.9. (2021). Las 9 bandas mexicanas emergentes que marcaron el 2021. *IBERO 90.9*. Recuperado el 2023, de <https://ibero909.fm/blog/las-nueve-bandas-mexicanas-emergentes-que-marcaron-el-2021>

- IFPI. (2021). Engaging with music. *IFPI*. Recuperado el 2023, de <https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2021/10/IFPI-Engaging-with-Music-report.pdf>
- Indeed. (2023). Cómo ser cantante en 6 pasos y consejos valiosos. *Indeed*. Recuperado el 2023, de <https://mx.indeed.com/orientacion-profesional/como-encontrar-empleo/como-ser-cantante>
- Indeed, E. E. (2021). *Indeed*. Recuperado el 2023, de <https://mx.indeed.com/orientacion-profesional/como-encontrar-empleo/que-hace-productor-musical>
- Isabela Raygoza, G. F. (2023). *Billboard*. Obtenido de <https://www.billboard.com/espanol/musica/musica-regional-mexicana-crecimiento-global-1235321242/>
- Jackendoff, R. (2009). *Paralelismos y no paralelos entre el lenguaje y música. Percepción musical: una revista interdisciplinaria, Berkeley, v. 26, n. 3, pág. 195–204.*
- JDPMusicSchool. (2022). Descubre qué micrófonos son los mejores para tu estudio. Recuperado el 2023, de <https://djpmusicschool.com/2022/07/descubre-microfonos-estudio/>
- Juliana, G. (2012). *El género musical en la música popular: algunos problemas para su caracterización. Trans. Revista Transcultural de Música; (16):1-22.* Recuperado el 2023, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82224815008>
- LaMusica. (2023). ¿Es la Inteligencia Artificial, Una Verdadera Amenaza Para Los Músicos y Artistas en General? *LaMusica*. Recuperado el 2023, de <https://www.lamusica.com/news/es-la-inteligencia-artificial-una-verdadera-amenaza-para-los-musicos-y-artistas-en-general>
- Latino, S. (2020). Los Errores Más Comunes Que Cometan Los Artistas. *Symphonic Latino*. Recuperado el 2023, de <https://blog.symphoniclatino.com/2020/11/03/los-errores-mas-comunes-que-cometen-los-artistas-al-registrar-las-canciones/>
- Leòn, K. (2023). Nsqk es la guía hacia el futuro. *RollingStone*. Recuperado el 2023, de <https://es.rollingstone.com/nsqk-es-la-guia-hacia-el-futuro/>
- Linares, A. (2020). Cómo EMPEZAR una CARRERA MUSICAL (Paso a paso). *Estrategia Musical*. Recuperado el 2023, de <https://www.youtube.com/watch?v=QyAim5QNtxI>
- López Herrera, A. &. (2013). *Influencia del conocimiento musical sobre el gusto musical. Acta de investigación psicológica, 3(2), 1163-1179.* Recuperado el 2023, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-48322013000200009&lng=es&tlng=es.
- Lopez, E. (2021). Conoce a Billie Eilish, nuestra nueva diosa del pop. *GLAMOUR*. Recuperado el 2023, de <https://www.glamour.mx/celebrities/estilo-celeb/articulos/quien-es-billie-eilish/11918>
- Manuel Lopez, L. G. (2022). Oportunidades de negocio en la industria musical en México. *sympathyforthelawyer*. Recuperado el 2023, de

<https://sympathyforthelawyer.com/blog/oportunidades-negocio-en-la-industria-musical-en-mexico/>

Monroy, P. (2023). Kevin Kaarl y el valor de la vulnerabilidad. *RollingStone*. Recuperado el 2023, de <https://es.rollingstone.com/kevin-kaarl-y-el-valor-de-la-vulnerabilidad/>

Morales, R. (2021). Quién es Ed Maverick, el mexicano que cantará en Lollapalooza. *Infobae*. Recuperado el 2023, de <https://www.infobae.com/america/entretenimiento/2021/05/19/quien-es-ed-maverick-el-mexicano-que-cantara-en-lollapalooza/>

Muchosnegociosrentables.com. (2020). Recuperado el 2023, de <https://muchosnegociosrentables.com/como-montar-una-disquera-o-sello-discografico/>

Música México. (2022). *Reporte Musica México 2022*. Amprofon. Recuperado el 2023, de <https://24hournation.com/wp-content/uploads/reporte-musica-mexico-04.pdf>

Narvaez, F. L. (2021). ¿Cual es la musica popular? Recuperado el 2023, de http://rmcps.unam.mx/wp-content/uploads/articulos/095_096_12_musica_lopez.pdf

Pablo, F. (1976). *Psicología del ritmo*. Madrid: Morata.

Pacheco, G. (2022). 'Gatita' de Bellakath, primera canción de una mujer en ser la más reproducida en Spotify. *EXCELSIOR*. Recuperado el 2023, de <https://www.excelsior.com.mx/funcion/gatita-de-bellakath-primera-cancion-de-mujer-en-ser-mas-reproducida-spotify>

Pareyón, G. (2007). *Diccionario Enciclopédico de Música en México*. México: Universidad Panamericana.

Parra, S. (2022). 10 tipos de networking que mejorarán tus relaciones profesionales. *Crehana*. Recuperado el 2023, de <https://www.crehana.com/blog/reclutamiento-contratacion/tipos-de-networking/>

Parvaez, T. (2021). *Regalías musicales: La guía definitiva*. Recuperado el 2023, de <https://sonosuite.com/es/blog/regalias-musicales-la-guia-definitiva/#:~:text=Las%20regalías%20musicales%20hacen%20referencia,una%20obra%20y%20su%20licencia.>

Pascua, V. S. (2021). Internacional: IFPI publica el estudio sobre el Consumo de Música del año 2020. Recuperado el 2023, de <https://institutoautor.org/internacional-ifpi-publica-el-estudio-sobre-el-consumo-de-musica-del-ano-2020/>

Patiño, A. (2023). Arma tu propio sello discográfico ¡Te explico cómo! Recuperado el 2023, de <https://www.youtube.com/watch?v=r5DGUII0imQ>

Ponce, R. (2022). México ocupa el quinto lugar mundial de suscriptores de música pagada. Recuperado el 2023, de <https://www.proceso.com.mx/cultura/2022/11/19/mexico-ocupa-el-quinto-lugar-mundial-de-suscriptores-demusica-pagada-297271.html>

- Povel, D.-J. (1981). *Representación interna de patrones temporales simples*. *Revista de Psicología Experimental: Percepción Humana y Performance*, Estados Unidos, v. 7, n. 1, pág. 3–18.
- Prieto, L. O. (2023). Así es María Becerra, la cantante argentina que comenzó como youtuber. *20Minutos*. Recuperado el 2023, de <https://www.20minutos.es/noticia/5160758/0/asi-ha-sido-hasta-ahora-trayectoria-maria-becerra-cantante-argentina-que-comenzo-como-youtuber/>
- Promocionmusical. (2021). Recuperado el 2023, de <https://promocionmusical.es/salidas-profesionales/ingeniero-de-sonido/>
- Promocionmusical. (2021). Obtenido de https://promocionmusical.es/10-tipos-de-trabajos-para-compositores/#1_Compositor_e_interprete
- Pulgarín, J. (2023). *Radio nacional de colombia*. Obtenido de <https://www.radionacional.co/musica/como-influye-la-inteligencia-artificial-en-la-musica>
- Purwins, H. e. (2008). *Modelos computacionales de percepción musical. y cognición II: procesamiento de música en un dominio específico*. *Física de la vida Reseñas*, Estados Unidos, v. 5, n. 3, pág. 169–182.
- Reforma, A. (2022). Se recuperan las ventas para conciertos en México tras el impacto del Covid-19. *Debate Mx*. Recuperado el 2023, de <https://www.debate.com.mx/estados/Se-recuperan-las-ventas-para-conciertos-en-Mexico-tras-el-impacto-del-Covid-19-20220320-0066.html>
- Rodarte, J. (2022). Quienes integran y de donde es el Grupo Frontera, el que está "PEGANDO" con No se va, éxito de Morat. *Infobae*. Recuperado el 2023, de <https://www.debate.com.mx/show/Quienes-integran-y-de-donde-es-el-Grupo-Frontera-el-que-esta-PEGANDO-con-No-se-va-exito-de-Morat-20221024-0349.html>
- Rolando, B. (1969). *Musicoterapia de la teoria a la practica*. Paidós. Recuperado el 2023
- Ruza, J. H. (2022). *El rol del A&R en una industria digital*. Recuperado el 2023, de <https://industriamusical.com/el-rol-del-ar-en-una-industria-digital/>
- Saldivar, A. (2021). Networking en la industria musical. *Lanzatumusica*. Recuperado el 2023, de <https://www.liliancazares.com/blog/networking-en-la-industria-musical>
- Sanchez, J. E. (2022). Música en vivo rompe récord de ingresos. *El Universal*. Recuperado el 2023, de <https://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/musica-en-vivo-rompe-record-de-ingresos/>
- Santander. (2022). *¿Qué es el networking y por qué es tan importante?* Recuperado el 2023, de <https://www.santander.com/es/stories/networking>
- Silva, D. D. (2021). Teoría del consumidor: 7 elementos que motivan las compras. Recuperado el 2023, de <https://www.zendesk.com.mx/blog/teoria-del-consumidor/>
- Smith, A. (1776). *La riqueza de las naciones*. Alianza Editorial. Recuperado el 2023, de http://www.iunma.edu.ar/doc/MB/lic_historia_mat_bibliografico/Fundamentos%20de%2

OEconom%C3%ADa%20Pol%C3%ADtica/194-Smith,%20Adam%20-%20La%20riqueza%20de%20las%20naciones%20(Alianza).pdf

Sobrino, J. (2000). *Diccionario Enciclopédico de Terminología Musical*. México: Secretaría de Cultura de Jalisco.

SuenaPro. (2023). Cómo armar una Computadora para Producción musical (ELEGIR COMPONENTES). *SuenaPro*. Recuperado el 2023, de <https://www.youtube.com/watch?v=7GTvusDtw9Y>

Sympathyforthelawyer. (2022). El featuring en la industria musical: claves en la colaboración de artistas. *Sympathyforthelawyer*. Recuperado el 2023, de <https://sympathyforthelawyer.com/blog/el-featuring-en-la-industria-musical/>

SymphonicLatino. (2023). 8 Herramientas De Marketing Musical Que Todo Músico Independiente Debería Utilizar. *SymphonicLatino*. Recuperado el 2023, de <https://blog.symphoniclatino.com/2023/10/02/8-herramientas-de-marketing-musical-que-todo-musico-independiente-deberia-utilizar-2/>

Theastrologypage. (2023). Recuperado el 2023, de <https://es.theastrologypage.com/digital-audio-workstation>

TheImagos. (2020). *Qué es el booking para artistas*. Recuperado el 2023, de <https://theimagos.com/que-es-el-booking-para-artistas/>

TheImagos. (2021). *Qué es el booking para artistas*. *TheImagos*. Recuperado el 2023, de <https://theimagos.com/que-es-el-booking-para-artistas/>

Theimagos. (2022). Recuperado el 2023, de <https://theimagos.com/agregador-musical/>

TheImagos. (2022). *Qué es un A&R*. Recuperado el 2023, de <https://theimagos.com/que-es-un-a-and-r/>

TheImagos. (2022). *Qué es un A&R*. *TheImagos*. Recuperado el 2023, de <https://theimagos.com/que-es-un-a-and-r/>

Tiktok. (2021). Obtenido de <https://newsroom.tiktok.com/es-latam/el-ano-en-tiktok-2021-music-report>

Treball Barcelona Activa. (2011). Recuperado el 2023, de <https://treball.barcelonactiva.cat/porta22/es/fitxes/C/fitxa4796/compositora.do#:~:text=E s%20la%20persona%20responsable%20de,generaci%C3%B3n%20y%20procesamiento%20del%20sonido>

Ullate, H. (2021). Recuperado el 2023, de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/68681/>

Unir. (2021). ¿Qué es el management musical? Funciones del manager musical. *Unir*. Recuperado el 2023, de <https://www.unir.net/revista/humanidades/management-musical/>

Universidad de Guadalajara. (2018). Obtenido de <https://udg.mx/es/noticia/agregador-digital-figura-indispensable-para-industria-musical>

- Valverde, H. (2010). Las regletas de patrones rítmicos: experiencias de aprendizaje ludico creativo. Recuperado el 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5181324.pdf>
- Verizon. (2023). Recuperado el 2023, de <https://espanol.verizon.com/info/definitions/streaming/>
- Vicente Gutierrez. (2021). Spotify el rey de la musica en plataformas de streaming del 2021. *Fortuna*. Recuperado el 2023, de <https://revistafortuna.com.mx/2022/01/17/spotify-el-rey-de-la-musica-en-plataformas-de-streaming-en-2021/>
- Vicente, S. P. (2021). Internacional: IFPI publica el estudio sobre el Consumo de Música del año 2020. *Instituto Autor*. Recuperado el 2023, de <https://www.institutoautor.com/internacional-ifpi-publica-el-estudio-sobre-el-consumo-de-musica-del-ano-2020/>
- Villatoro, R. (2021). *Quora*. Recuperado el 2023, de <https://es.quora.com/Cuál-es-la-diferencia-al-usar-feat-x-o-simplemente-comas-para-separar-a-los-artistas-en-una-canción-Es-decir-que-diferencia-a-Karol-G-Nicki-Minaj-Karol-G-feat-Nicki-Minaj-Karol-G-x-Nicki-Minaj-y-Karol-G>
- Wikström, P. (2013). "*La industria musical en una era de distribución digital*", en *C@mbio: 19 ensayos clave sobre cómo internet está cambiando nuestras vidas*, Madrid, BBVA,. Recuperado el 2023, de <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-industria-musical-en-una-era-de-distribucion-digital/>
- YACONIC. (2022). Disqueras mexicanas independientes mas importantes. Recuperado el 2023, de <https://www.yaonic.com/disqueras-independientes-mexicanas-mas-relevantes-de-la-historia/>
- ZonadeObras. (2022). Featuring: cinco tips para entender el contrato de colaboración musical entre varios artistas. *ZonadeObras*. Recuperado el 2023, de <https://www.zonadeobras.com/ultima-hora/2022/09/21/featuring-cinco-tips-para-entender-el-contrato-de-colaboracion-musical-entre-varios-artistas/#:~:text=O%2C%20simplmente%2C%20surge%20de%20la,firmar%20un%20acuerdo%20de%20colaboraci%C3%B3n.>

ANEXOS







