

Herramientas digitales para la música independiente

Digital tools for independent music

Enrique Gómez Alegría

Universidad Autónoma Metropolitana,
Unidad Azcapotzalco

al2243800939@azc.uam.mx

ORCID [009-0002-2614-7353](https://orcid.org/009-0002-2614-7353)

Resumen

Los músicos independientes en la Ciudad de México enfrentan problemas de visibilidad y promoción debido a la saturación del mercado. Este artículo propone que la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco (UAM-A) desarrolle iniciativas digitales con herramientas de visualización de información para apoyar a dichos artistas. Estas iniciativas permitirían fomentar el contacto entre los músicos independientes y las nuevas audiencias. La solución que se propone fortalecería el ecosistema musical local al conectar el talento emergente con la comunidad universitaria.

Palabras clave

Música independiente, visualización de información, difusión musical, apoyo institucional, espacios de promoción y herramientas digitales.

Abstract

Because of a market saturation, independent musicians in Mexico City faces visibility and promotion problems. This article suggests UAM-A to develop digital initiatives with visual information tools to support this kind of artists. This initiatives could help independent musician get in touch with new audiences. This solution could strengthen the local music ecosystem by connecting emergent talent with the university community.

Keywords

Independent music, information visualization, music dissemination, institutional support, promotion spaces, digital tools.

Introducción

La música independiente en la Ciudad de México constituye un ecosistema cultural que constantemente enfrenta desafíos para su desarrollo y difusión. En este contexto, la UAM-A puede desempeñar un papel crucial al brindar apoyo a los músicos independientes a través de herramientas digitales de visualización de información. Este artículo explora cómo dichas herramientas pueden ser implementadas y su impacto en la promoción y gestión de la música independiente.

Cristian D. Torres Osuna (2015) menciona que la distribución, promoción y comercialización siempre han sido procesos clave en la industria musical y que para muchos músicos independientes y emergentes navegar por este complejo panorama representa un gran desafío. El objetivo de esta reflexión es explorar cómo las herramientas digitales de visualización de información pueden ayudar a estos artistas a alcanzar una mejor difusión de su trabajo.

Contextualización de la música independiente en la Ciudad de México

En la Ciudad de México, el panorama musical muestra una riqueza cultural amplia. Desde los foros más pequeños hasta los grandes escenarios, se ofrece una gran diversidad de sonidos y expresiones artísticas. Como ejemplo de ello se puede citar lo mencionado en el periódico *El Financiero* (2023), cuya redacción publicó que en dicho año, para asistir a los conciertos que se llevarían a cabo en los grandes auditorios de la capital del país entre junio y noviembre¹, el gasto por persona podría ser de al menos 18 mil 763 pesos, esto comprando los boletos más económicos.

Podemos notar que para las bandas emergentes, solistas y colectivos experimentales en la Ciudad de México, la visibilidad es uno de los desafíos más complicados, ya que el mercado musical está saturado² y la competencia por la atención del público es enorme. Lo anterior di-

ficulta que los talentos emergentes puedan hacerse notar y llegar a nuevas audiencias.

La promoción también representa un obstáculo importante; la falta de recursos financieros y acceso a canales de difusión masiva limita su alcance. Además, sin infraestructura ni apoyo institucional, la gestión de las carreras y la distribución de la música de los artistas independientes resultan complicadas.

En este contexto, los músicos se enfrentan a una encrucijada en la que la pasión por su trabajo choca con las realidades del mercado y la industria. Oliver (2024) señala que los artistas independientes y autoeditados, a los que él llama *DIY*, toman roles tradicionalmente sostenidos por las disqueras, entre los cuales se encuentran publicar, distribuir y promocionar su propio trabajo.

En su artículo «Digital transformation and the *DIY* artists: balancing artistic integrity and economic sustainability in the digital domain», el citado autor muestra cómo los artistas autopublicados tienen la ventaja de mantener el control creativo y la autenticidad de su carrera, al mismo tiempo que enfrentan riesgos como la dependencia de las plataformas, la inestabilidad financiera y la dificultad de alcanzar visibilidad, lo que para él hace indispensable fomentar redes de apoyo para mitigar riesgos y mejorar su sostenibilidad (Oliver, 2024). Por lo anterior, cobra validez la propuesta que se hace en este texto.

Importancia de las herramientas digitales de visualización de información

En la época actual, las herramientas digitales se han convertido en pilares fundamentales para diversas industrias y la música independiente no es una excepción. Por un lado, como señala Lévy (2007) (como se citó en Márquez, 2010, p. 3), uno de los primeros efectos de la digitalización es que ha puesto el estudio de grabación al alcance de muchos más músicos que antes. Sin embargo, por otro lado, las herramientas digitales también son re-

¹ Los recintos considerados fueron Auditorio Nacional, Lunario del Auditorio, Foro Sol, Auditorio Hermanos Rodríguez, Palacio de los Deportes y Foro Pegaso. En total hubo 15 conciertos.

² Según la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Ciudad de México (2023, p. 2), México es líder mundial en porcentaje de consumo de música en video de formato corto y el segundo país con mayor proporción de oyentes de música en línea. El mercado de la música digital se posiciona como el segundo más importante de la región, sólo por detrás de Brasil.

levantes por su capacidad para amplificar la visibilidad y el alcance de los artistas independientes de maneras que antes eran inimaginables.

«En la industria musical actual, los artistas pueden aprovechar las herramientas y plataformas digitales para crear, comercializar y distribuir su música, interactuar con los fans y monetizar su trabajo» (Almaguer, s. f.). La proliferación de plataformas en línea, redes sociales y tecnologías de *streaming* ha democratizado el acceso a la música y ha abierto nuevas oportunidades para la promoción y distribución de ésta.

Existen numerosos ejemplos de herramientas digitales exitosas en otros contextos que pueden servir de inspiración para el ámbito de la música independiente. Desde aplicaciones de análisis de datos hasta plataformas de gestión de contenidos, estas herramientas han demostrado su capacidad para optimizar procesos y maximizar resultados. Adaptar estas soluciones a las necesidades específicas de los músicos independientes en la Ciudad de México, podría abrir nuevas oportunidades para impulsar su carrera y fortalecer el ecosistema musical de la región.

Plataformas como Spotify for Artists ofrecen paneles con gráficas de estadísticas de reproducción, demografía de oyentes y mapas de alcance geográfico. Bandcamp proporciona a los músicos independientes herramientas para visualizar ventas, seguidores y tendencias de consumo. Chartmetric y Soundcharts permiten analizar datos de múltiples plataformas en un solo *dashboard* interactivo. Estas herramientas transforman datos complejos en gráficas intuitivas que ayudan a los artistas a tomar decisiones estratégicas sobre lanzamientos, giras y promoción.

La visualización de información emerge como un recurso invaluable en este contexto, ya que proporciona una manera efectiva de transmitir datos complejos de forma accesible y atractiva. Para los músicos independientes esto implica la posibilidad de presentar datos relevantes sobre su carrera, como sus próximas presentaciones, lanzamientos de álbumes y logros alcanzados, de una manera visualmente impactante y fácil de entender para los

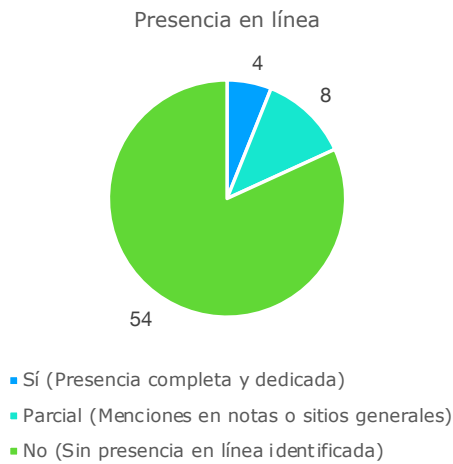
fans y potenciales seguidores. Además, estas herramientas pueden ayudar a los músicos a comprender mejor a su audiencia, identificando tendencias y patrones de consumo que pueden sugerir decisiones estratégicas de promoción y desarrollo para su carrera.

¿Cómo puede la UAM-A apoyar a los músicos independientes?

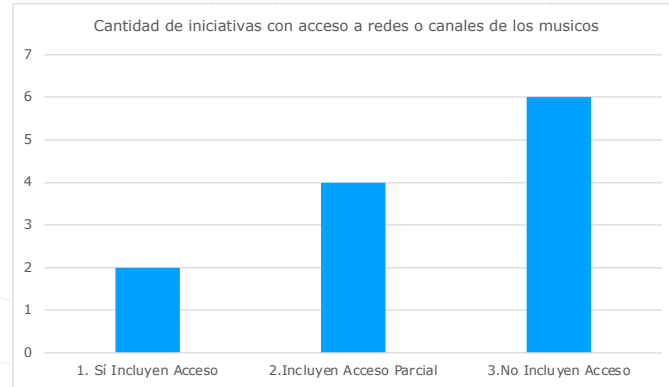
María Emilia Bahamonde Noriega (2020), en su tesis de maestría se pregunta: «¿De qué manera podemos combatir la precariedad, la exclusión de ciertos sectores y la falta de canales de comunicación en la escena de la música experimental latinoamericana?» (p. 42). Dejando de lado el amplio trabajo que ella desarrolló respecto a la música experimental latinoamericana, me gustaría proponer aquí una respuesta desde la perspectiva de este artículo y para el entorno local de la Ciudad de México.

Al pertenecer al grupo de las principales universidades públicas del país, una de las funciones sustantivas de la UAM es la de difundir la cultura. Es por eso que al explorar los informes de actividades realizados por la Rectoría General de la universidad, quizá resulta natural encontrarse que del 2015 al 2024 se reportaron entre 50 y 60 actividades de difusión musical llevadas a cabo tanto en las cinco unidades académicas como en otros recintos de esta institución, entre ellos la Casa del Tiempo y el Teatro de La Paz.

A pesar de que es evidente la tarea institucional de difusión musical, existe la necesidad de integrar más herramientas digitales de visualización de la información, pues, como se muestra en las gráficas 1 y 2 (ver siguiente página), de las iniciativas de difusión musical encontradas en los mencionados informes, sólo un bajo porcentaje tiene presencia en línea y son aún menos las iniciativas que presentan información accesible y directa acerca de los canales, redes y otros datos de los músicos, lo cual contrasta con lo explicado anteriormente acerca de la relevancia que tienen los canales digitales para que los artistas independientes difundan su trabajo y conecten con las audiencias.



Gráfica 1. Iniciativas de difusión musical organizadas por la UAM que tienen presencia en línea.



Gráfica 2. Iniciativas de difusión musical organizadas por la UAM con presencia en línea y acceso a los canales y redes de los músicos.

Implementación de herramientas digitales en la UAM-A

La UAM en general y la UAM-A en particular tienen el potencial de renovar sus esfuerzos para el impulso de la música independiente en la Ciudad de México a través del desarrollo e implementación de herramientas digitales de visualización de información. Aunque no es el papel ni el objetivo de este artículo realizar una propuesta puntual acerca de alguna herramienta por implementar, sí es un espacio en el que se destaca la relevancia que ese tipo de iniciativas podrían tener y dejar la puerta abierta para la investigación acerca de su impacto potencial, producto del apoyo a los músicos independientes y autoeditados.

Propuestas iniciales podrían incluir la creación de plataformas en línea dedicadas exclusivamente a la promoción y gestión de músicos independientes que ofrezcan funciones para aprovechar los canales y herramientas digitales con los cuales los artistas ya cuentan, como pueden ser redes sociales y plataformas de *streaming* comerciales en las que tengan publicado su trabajo.

En términos técnicos, la UAM deberá considerar cuidadosamente las plataformas de alojamiento y desarrollo de *software* más adecuadas para garantizar la eficiencia y accesibilidad de las herramientas propuestas. El diseño de interfaz también desempeñará un papel crucial,

ya que debe ser intuitivo y fácil de usar para los usuarios finales que visiten las plataformas, al mismo tiempo que cubra la necesidad de difusión y conexión de los artistas con nuevas audiencias.

La colaboración con músicos independientes y otros actores relevantes en el ecosistema musical será esencial para poder analizar la efectividad y relevancia de las herramientas desarrolladas por la UAM. Al involucrar a los músicos desde el principio en el proceso de diseño y desarrollo, la universidad puede asegurarse de que las herramientas satisfagan verdaderamente las necesidades y desafíos específicos que enfrentan en su carrera.

En conclusión, la implementación de herramientas digitales de visualización de información puede ofrecer una oportunidad para apoyar y fortalecer la música independiente en la Ciudad de México. Estas herramientas no sólo pueden mejorar la visibilidad y promoción de los músicos independientes, sino facilitar también la gestión de sus carreras y contribuir al crecimiento a largo plazo del ecosistema musical en la ciudad.

En última instancia, este enfoque puede fomentar un ambiente más inclusivo y próspero para la música independiente, beneficiando tanto a los artistas como a la comunidad en general.

Referencias:

Almaguer, M. A. (s. f.). *Herramientas digitales para optimizar la carrera musical de artistas independientes* Taiwan Media Music Group, 26 de Abril de 2024, [https://www.twmusic.net/blog/articulos-4/herramientas-digitales-para-optimizar-la-carrera-musical-de-artistas-independientes-2#:~:text=Las estaciones de trabajo de avanzadas de mezcla y masterización](https://www.twmusic.net/blog/articulos-4/herramientas-digitales-para-optimizar-la-carrera-musical-de-artistas-independientes-2#:~:text=Las%20estaciones%20de%20trabajo%20de%20avanzadas%20de%20mezcla%20y%20masterizaci%C3%B3n)

Bahamonde, M. E. (2020). *Musexplat: música experimental latinoamericana. Plataforma on line para la difusión, la crítica y el intercambio musical* [Tesis de maestría]. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://ru.dgb.unam.mx/bitstream/20.500.14330/TE501000802412/3/0802412.pdf>

El Financiero. (2023) ¿Cuánto te costaría ir a todos los conciertos más esperados de 2023? <https://www.elfinanciero.com.mx/entretanimiento/2023/06/06/calendario-de-conciertos-2023-cuanto-cuesta-ir-a-los-eventos/>

Márquez, I. V. (2010). Hiper música: la música en la era digital. *Trans. Revista Transcultural de Música*, (14), pp. 1-8. <https://www.redalyc.org/pdf/822/82220947003.pdf>

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Ciudad de México. (2023). *La industria de la música en México*. ICEX España Exportación e Inversiones. https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/077/documentos/2023/11/ficha-sector-el-mercado-de-la-musica-en-mexico-2023/FS_Industria_de_la_musica_en_Mexico_2023_REV.pdf

Oliver, P. G. (2024). Digital transformation and the DIY artist: balancing artistic integrity and economic sustainability in the digital domain. *DIY, Alternative Cultures & Society*, 2(2), 207-223. <https://doi.org/10.1177/27538702241251886>

Torres, C. (2015). Músicos independientes mexicanos: distribución, promoción y comercialización de sus

creaciones. *Luciérnaga Revista Científica*, 8(15), pp. 24-33. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v8n15a2>