



Oportunidades para la música independiente chilena en el mercado colombiano



ÍNDICE

1. Introducción al mercado musical independiente en Colombia

2. Territorio y geografía: consideraciones generales

3. Consumo y tendencias

- a. Formación de públicos y medios de comunicación
- b. Principales géneros musicales

4. Música grabada

- a. Sellos discográficos independientes
- b. Formatos análogos

5. Música en vivo

- a. Festivales y fiestas regionales
- b. Mercados, ferias y encuentros profesionales de Música
- c. Promotores y agencias de booking

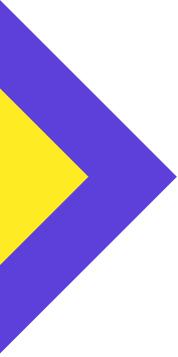
6. Edición musical, Derechos de Autor, Derechos Conexos y Propiedad Intelectual

7. Retos

- a. Precariedad laboral
- b. Brecha de género
- c. Asociatividad
- d. Instituciones y políticas públicas

8. Oportunidades para artistas y agentes de Chile en el mercado musical Colombiano

Bibliografía



1

Introducción al mercado musical independiente en Colombia

El mercado musical en Colombia es un sector económico en desarrollo, dinámico y con muestras importantes de crecimiento al interior y exterior del país. Reportes e informes de mercado y consumo lo han ubicado entre uno de los mercados más activos y con mayor proyección de la región, siendo reconocido actualmente como un mercado líder en Latinoamérica. Sin embargo, aún hay mucho por aprender del mercado colombiano: la forma de relacionarse entre sus artistas, agentes y empresas, y las idiosincrasias de un territorio que cuenta con un mercado efervescente y atractivo, pero a la vez competitivo y rudimentario.

En los últimos veinte años, y con mayor fuerza en los últimos diez años, Colombia se ha convertido en uno de los principales exportadores de música de la región y varios de sus artistas más importantes como Shakira, Juanes, Carlos Vives, J Balvin, Karol G, y Maluma, han logrado desarrollar carreras artísticas de gran magnitud internacional. No obstante, estos nombres son tan solo la punta de una pirámide que incluye una riqueza musical tan diversa y extensa, que muchos de sus múltiples exponentes, procesos y maneras aún siguen sin conocerse entre un público más amplio sobretodo al interior del país.

A mucha de esta última música que constituye la base y centro de la pirámide se le conoce como la música independiente en Colombia. Aunque el debate persiste en diferentes círculos a ni-

vel internacional, el término de música independiente se usa en Colombia para referirse principalmente a la música o agrupaciones que no pertenecen a un gran grupo económico como puede ser un sello discográfico mayor, como Sony Music, Warner, EMI o Universal, o a una agencia de desarrollo artístico o comercialización del mismo corte como Live Nation, OCESA, o William Morris. Básicamente, su uso se refiere a modelos de sostenibilidad que corresponden más a la autogestión que al acceso a grandes capitales.

Según las recomendaciones para el fomento del sector de la música realizado en 2021 por la Corporación Revista MÚSICA de Medellín, se pueden identificar tres categorías generales del sector según su relación con la cadena productiva y la demanda:

Corriente dominante (*mainstream*): productos y servicios de la música que cuentan con una mayor sostenibilidad y rentabilidad debido a la alta demanda y a sus dinámicas de mercado pertenecientes a grandes capitales y canales de producción, distribución y promoción. En esta categoría se encuentran principalmente géneros como el reguetón, la música popular colombiana, el vallenato y el pop.

Corriente media (*middlestream*): productos y servicios de la música que cuentan con una sostenibilidad basada en el equilibrio entre una oferta desarrollada y una gestión de comunidad,

pero con poca rentabilidad. Tiene acceso a las herramientas del mercado nacional e internacional, sin prácticas restrictivas a la competencia. Aquí se encuentran los artistas de mediana escala de diferentes géneros como el rock, el rap, artistas establecidos de géneros regionales, artistas alternativos de proyección internacional con un mercado establecido en otros países.

Corriente alterna (*no stream*): productivos y servicios de la música cuya oferta está aún en desarrollo y, aunque cuenta con acceso a herramientas del mercado, su relación con la demanda, aún es precaria y desequilibrada. Es la categoría que necesita mayor fomento por parte del Estado.

En Colombia hay músicas mestizas, músicas europeas, músicas de ascendencia africana y las músicas de las comunidades originarias americanas. La naturaleza triétnica de la cultural musical colombiana puede ser una de las principales razones para su pronta adaptabilidad con otros géneros musicales. Esta cualidad le ha permitido mezclarse y viajar por todo el mundo en confluencia con otras culturas vecinas o remotas. La cumbia es un ejemplo de esto. Este género, que nació en la costa Caribe colombiana, se ha convertido en una suerte de columna musical latinoamericana presente en casi todos los países del continente con un estilo propio en cada territorio. Latinoamérica es un continente marcado principalmente por estas tres culturas mezcladas a partir de la conquista: la de los pueblos originarios de las Américas, la europea, y la africana. Cada país de América Latina tiene una más presente que otro, o en algunos casos, como en Colombia y Brasil, las tres en proporciones muy similares. La cumbia refleja este ADN cultural: las melodías a través de las flautas, gaitas y después el acordeón (instrumento europeo) representan la parte originaria; los tambores y células rítmicas, la parte africana; y las armonías y versos, la parte europea.

La creciente actividad artística, cultural y profesional de los agentes colombianos en torno a la música continúa consolidán-

dose a medida que multinacionales de plataformas de *streaming*, agregadoras digitales, empresas promotoras, productoras audiovisuales y festivales extranjeros abren sus oficinas en Colombia para el desarrollo de sus servicios y productos a nivel regional, con base principalmente en Bogotá y Medellín. De esta forma, Colombia se ha convertido en un centro de operaciones de múltiples organizaciones que emplean y generan nuevos hitos en la profesionalización del sector de la música, tanto a nivel masivo, como a nivel independiente de manera directa e indirecta al dinamizar el sector en general creando nuevos referentes, oportunidades, y entornos competitivos a nivel nacional.

Actualmente el sector económico relacionado a la creatividad, la cultura y las artes en Colombia se ha dividido en tres segmentos para su análisis y desarrollo estratégico desde el Ministerio de Cultura:

Artes y Patrimonio: a la cual pertenecen las Artes Escénicas entre las cuales se encuentran las actividades de espectáculos musicales en vivo.

Industrias Culturales: a la cual pertenece el sector fonográfico, entre el cual se encuentran las actividades de grabación de sonido y edición de música, creación musical, y producción de copias a partir de grabaciones originales.

Industrias Creativas: entre las cuales se encuentran los medios digitales y software, y el diseño.

Los datos presentados en el anuario de investigaciones de la Dirección de Estrategia, Desarrollo y Emprendimiento de 2020 del Ministerio de Cultura dan cuenta del valor agregado que genera el sector creativo y de las artes en la economía nacional. La contribución promedio del valor agregado del sector al valor agregado nacional entre los años 2014-2019 fue del 3,2% que corresponde a 28,9 billones de pesos colombianos (COP).

De ese valor agregado de las industrias creativas y culturales en el 2019, el 18,2% correspondiente a 5,3 billones de COP provienen de micro y pequeñas empresas, entendidas como negocios de hasta 9 personas empleadas. Este tipo de negocios tienden a verse más afectados por los ciclos económicos nacionales y a fluctuar de manera más agresiva, lo que indica la alta vulnerabilidad económica de los negocios más pequeños e informales frente a unidades o estructuras más estables de servicios y manufactura. Esta información es significativa puesto que los emprendimientos pequeños y agentes individuales representan un crecimiento económico importante y de progresiva relevancia para las políticas públicas.

vivo resultando en una fuga temporal de cerebros y mano de obra a otros sectores económicos. Los agentes de producción técnica, alquiler de equipos, salas de conciertos, bares, intermediarios comerciales de la música en vivo y promotores, también se vieron gravemente afectados por las medidas restrictivas de los espectáculos en vivo en el país y el resto del mundo.

Las empresas y organizaciones o colectivos más pequeños que lograron no desaparecer por ser más flexibles en sus estructuras, se recuperaron más rápidamente y pudieron paulatinamente restablecer sus actividades a medida que las restricciones de circulación y comercio se iban levantando. Esto ha permitido un

Aporte (%) del Valor Agregado Naranja al Valor Agregado Nacional



Fuente: Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja - Elaboración propia.

En el 2020, con la llegada de la pandemia a causa del Covid-19, el sector de la música independiente en Colombia, así como en el resto del mundo, se vio gravemente afectado, principalmente en el área de la música en vivo. La pandemia reveló que muchos de los músicos y agentes del sector dependían principalmente de sus ingresos por conciertos y giras, y que no contaban con condiciones laborales dignas al ser trabajadores informales. Esto dificultó la supervivencia de muchos profesionales durante el paro total y eventualmente parcial de las actividades de la música en

Aporte (%) de los micronegocios al Valor Agregado Naranja



Fuente: Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja - Elaboración propia.

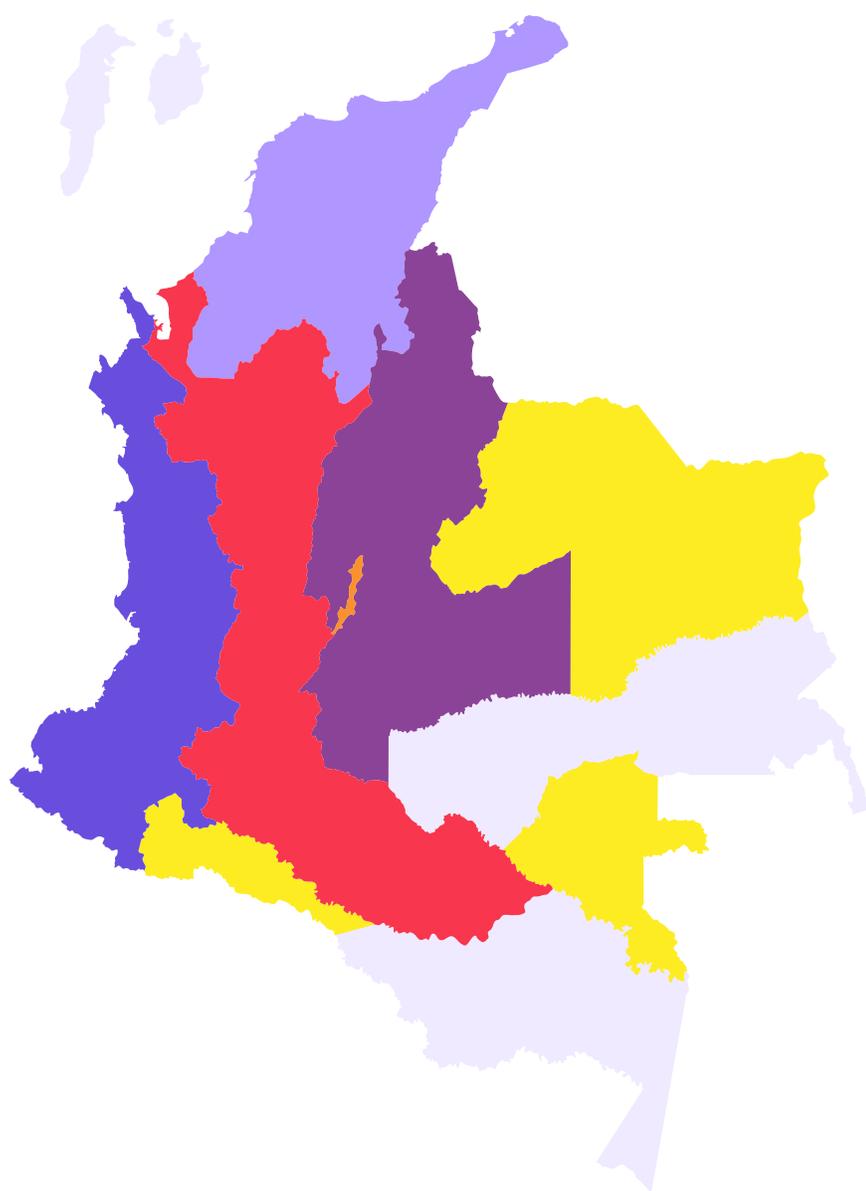
resurgimiento de muchas actividades artísticas después de la etapa más limitante de la pandemia con unas audiencias mucho más abiertas al consumo de música local.

La devaluación del peso colombiano durante la pandemia también ha afectado en gran medida a todas las actividades del sector musical, en especial a los relacionados con la música en vivo de artistas internacionales y los proyectos que impliquen dotación de maquinaria o manufactura extranjera como las actividades de la música fonogramada.

A diferencia del sector de la música independiente en Chile, que ha logrado un alto y exitoso nivel de asociatividad, en Colombia el sector continúa muy desarticulado e informal, dificultando la recolección de datos más cercanos a la realidad de los agentes en este sector. Si bien la pandemia trajo nuevos esfuerzos organizacionales del gremio, bien fuera por sectores productivos o de agenda frente a las políticas públicas, la asociatividad en el sector de la música independiente en Colombia, sigue siendo uno de sus principales retos. Los costos de poner en funcionamiento dichas organizaciones y la falta de articulación entre los objetivos comunes y agendas de trabajo, ha resultado en la aparición y desaparición fugaz de muchos de los intentos asociativos dentro del sector independiente.

2

Territorio y geografía: consideraciones generales



**División regional de Colombia,
ciudades principales.**

- Caribe**
Atlántico, Bolívar, Magdalena, La Guajira, Cesar, Córdoba y Sucre
- Oriental**
Norte de Santander, Santander, Boyacá, Cundinamarca, Tolima, Huila
- Central**
Antioquía, Caldas, Caquetá, Huila, Quindío, Risaralda y Tolima
- Pacífica**
Cauca, Chocó, Nariño y Valle del Cauca
- Amazonía - Oriniquía**
Arauca, Casanare, Vichada, Putumayo y Vaupés
- Bogotá**

Fuente: Elaboración propia basada en datos del DANE

La música Colombiana se reconoce en el mundo entero por su gran diversidad. Esto se debe en mayor medida a su diversidad biológica y geográfica, privilegiada por su ubicación en el continente. Al llegar a Colombia, la cordillera de Los Andes, que funciona como una espina dorsal de Sudamérica, se divide en tres cordilleras: la occidental, la central, y oriental. Al norte se encuentra con el mar Caribe y al occidente con el océano Pacífico. Al oriente, en la frontera con Venezuela, existe una llanura extensa; y al sur, en la frontera con Brasil, Perú y Ecuador, crece una selva frondosa que incluye la región del Amazonas.

El complejo montañoso que atraviesa a Colombia con poca infraestructura vial, decreciente infraestructura fluvial y casi nula ferroviaria, ha hecho de este país, uno rico en variedad cultural al tener poca comunicación entre asentamientos o comunidades de diferentes regiones. Así mismo, el mestizaje resultado de la colonización de los pueblos originarios del territorio con europeos y africanos, ha creado nuevas y variadas tradiciones culturales en todo el país. Si bien mucha música de diferentes rincones del mundo llegó a través de los puertos marítimos de ambas costas, la música colombiana ha gozado de la gran fortuna de crecer en ambientes culturalmente autónomos o relativamente aislados entre sí, lo que la ha dotado de una enorme variedad de ritmos, formas, instrumentación, formatos, timbres, cantos, narrativas, y lenguas.

Esta misma génesis creadora de su diversidad musical es hoy en día uno de los grandes retos a nivel de circulación nacional. Girar con proyectos musicales dentro del territorio colombiano tiene una gran dificultad. Por un lado, debido a la falta de medios o infraestructura de transporte propicias entre los municipios y las regiones y, por el otro, a la formación de públicos para proyectos emergentes o independientes.

Colombia es una república centralizada donde la mayor parte de las actividades económicas, culturales y creativas suceden en

su capital, Bogotá. Después le siguen ciudades como Medellín, y, más atrás, Cali, seguida en menor medida por Barranquilla, Pasto, Cartagena, Bucaramanga, Pereira, Manizales, Villavicencio, Valledupar, Santa Marta y Cúcuta. Según el último censo nacional realizado en el 2018, en Colombia hay un estimado de 48,258,494 personas distribuidas en un 77,1% en las cabeceras municipales, un 7,1% en los centros poblados, y un 15,8% en las zonas rurales dispersas. De los 48 millones de habitantes de Colombia, 7,412,566 viven en el Distrito Capital de Bogotá donde se acumula gran parte de las actividades culturales y artísticas del país.

Bogotá y Medellín se han convertido en ciudades anclas de los artistas internacionales que ven en el país una oportunidad de desarrollo regional importante y un punto geográfico base para poder desplazarse a Centro y Norte América, el Caribe, o la región Andina. Pese a que hace unas décadas la seguridad nacional o la falta de profesionalización del sector y medios de producción técnica no estaban a la altura de las estrellas internacionales, la realidad actual de Colombia, es que hay equipos de trabajo y recursos, técnicos, profesionales, de gestión y de producción, capaces de llevar a cabo eventos y proyectos musicales de muy alta calidad que compitan con los estándares globales.

Según los resultados del Foro Pulsaciones 2020 de IDARTES, en los últimos cinco años, Bogotá se ha convertido en un referente de la industria musical en la región debido a su posición geográfica relativamente cercana a ciudades neurálgicas de la industria global, a la variada producción musical de la última década que ha posicionado a la ciudad como referente de exportación y creatividad musical, a la temprana adopción y desarrollo de contenidos digitales, y a la mano de obra calificada que se forjó en el sector de la música independiente con pocos recursos. Estas condiciones han permitido que en Bogotá aparezcan nuevos agentes en el sector musical y que otros se vayan paulatinamente formalizando y estableciendo dentro de la industria. Muchos

de los principales medios de comunicación, sellos discográficos, estudios de grabación y agencias de desarrollo artístico se encuentran en Bogotá, convirtiéndola en una parada obligada para cualquier artista nacional o internacional que desee prosperar en el mercado colombiano. El público bogotano a su vez es cada vez más receptivo y abierto a todo tipo de propuestas artísticas, desde las más comerciales de la corriente dominante, hasta las más alternativas o autóctonas.

Medellín, la segunda ciudad de Colombia, se ha convertido en una de las capitales mundiales de la música como anfitriona de un movimiento importante de artistas urbanos y de reguetón principalmente. La ciudad de la eterna primavera, como es conocida, es un epicentro de producción musical, audiovisual y de música en vivo que ha encontrado una fórmula exitosa de colaboración entre las instituciones públicas y la empresa privada. Si bien gran parte de su sector de corriente dominante está relacionado directamente con la industria de música latina comandada desde Miami, existe un gran movimiento creativo y ejecutivo que hace que la ciudad crezca rápidamente en la oferta laboral y la profesionalización del sector musical. Medellín fue también una de las piedras angulares de la música tropical colombiana, que tuvo su edad de oro entre la década del cincuenta y los años setenta, con sellos discográficos de la costa Caribe que encontraron su casa en la capital antioqueña y que hoy representan instituciones culturales que moldearon los sonidos que en gran medida dan identidad a la música colombiana. Esta ciudad también es conocida por su fuerte escena de punk, hip hop y música electrónica.

Después se encuentra la ciudad de Cali, tradicional e internacionalmente conocida como la capital de la salsa. Ubicada en el departamento del Valle del Cauca, uno de los cuatro departamentos que conforman la región del Pacífico colombiano, es hogar de muchas comunidades migrantes de diferentes regiones del país, en especial de la costa pacífica y el eje cafetero. Una ciudad de más de dos millones de habitantes, artística y socialmente

muy activa, siempre ha sido conocida como un foco musical importante que ha marcado la historia del país. Más conectada con las tradiciones antillanas y de la salsa neoyorquina que llegaban por el vecino puerto de Buenaventura, Cali desarrolló su propio sonido y estilo de baile con el que se ha posicionado mundialmente como un lugar central de la salsa global. Las músicas tradicionales del Pacífico, el rock, el reguetón y la electrónica son géneros que también funcionan muy bien en esta ciudad, además de tener una fuerte presencia de sonidos extremos como el hardcore y el punk. Si bien la brecha en formación de público respecto a Medellín y Bogotá es muy grande, en especial por la falta de espacios de circulación de la música en vivo o medios de comunicación alternativos, Cali es una ciudad que, junto a Barranquilla, empieza a despertarse dentro de un panorama de desarrollo cultural en el país.

a. Formación de público y medios de comunicación



Uno de los principales retos de las corrientes alternas y medios del país, es la formación de público. Colombia sufre una gran crisis de periodismo musical, en la que muchos de los medios alternativos han desaparecido y otros pocos luchan por sobrevivir. Los principales canales de difusión de la música, sea radio, televisión o prensa escrita, están en manos de pocos grupos económicos dominantes que funcionan bajo dinámicas comerciales restrictivas de la competencia y difíciles de penetrar sin los presupuestos colosales de casas disqueras o editoriales multinacionales. La radio y la televisión pública tienen una oferta

musical amplia e incluyente, pero las audiencias de estos medios aún no logran consolidar una demanda robusta para la cantidad de artistas independientes que circulan por el país. Estos canales públicos regionales, de la mano del Ministerio de Tecnologías, han trabajado en crecer sus audiencias con contenido digital transmedia y estrechamente relacionado a la historia y actualidad musical del país. Según estudios recientes sobre el consumo de la televisión pública en Colombia, la mayoría de los canales públicos se consumen en dispositivos digitales como computadores, móviles o tablets, y cada vez menos en televisores, lo que indica un creciente consumo de contenido cultural y de entretenimiento a través de internet.

El sistema nacional de medios públicos RTVC, cuenta además con las emisoras radiales Radio Nacional de Colombia y Radiónica, y un nuevo canal de series y contenidos online llamado RTVC Play, entre otras emisoras en línea. Estos medios públicos, junto a la red de emisoras universitarias, son claves en la difusión de las músicas autóctonas y alternativas que no logran tener representatividad en los canales y radios comerciales tradicionales como RCN o Caracol. Estos últimos canales, corresponden más a contenido de entretenimiento de cultura y su acceso se encuentra fuertemente ligado a tendencias y hechos noticiosos generados por agencias de prensa de altos presupuestos.

La mayoría de los medios de comunicación especializados en música se encuentran en Bogotá. Aquí algunos de los más activos en la actualidad:

Shock

Actualmente perteneciente a Caracol Televisión, uno de los grupos de medios más grandes del país, Shock se ha caracterizado por ser inicialmente una revista impresa, hoy día un portal web, dedicada a la cultura joven. Con 27 años de trayectoria en el mercado colombiano, Shock es un referente de la cultura digital.

Cartel Urbano

Autodefinido como “Periodismo callejero y cultura alternativa”, Cartel Urbano es uno de los medios independientes más sólidos y queridos del sector. Especializado en movimientos contraculturales, punk y contestatarios, ha sido uno de los pocos medios que ha sobrevivido casi dos décadas en las trincheras periodísticas de la libertad de expresión, el pensamiento crítico y la creación de una identidad cultural alternativa.

Bacánika

“Cultura para jóvenes” es la definición que Bacánika ha ofrecido a sus lectores durante más de una década. Parte de la editorial Bienestar, bajo la sombrilla de Keralty y Colsanitas, Bacánika se ha caracterizado por un trabajo riguroso principalmente enfocado en la cultura visual. Sin embargo, desarrollan con regularidad contenido en torno a la música, buscando siempre un diferencial editorial que escapa de lo noticioso.

120db Bogotá

Este portal bogotano es regentado por Ignacio Mayorga Alzate, anterior editor de Rolling Stone Colombia. El contenido escrito de este medio está enfocado en buscar y crear contenido sobre artistas independientes y emergentes. El medio tiene como compromiso ayudar a difundir la cultura de la música de artistas hispanoparlantes, reconociendo que muchas veces no tienen el músculo financiero para darse a conocer, pero sí el talento y las ganas de mostrar su música.

El Enemigo

A la manera de Anthony Fantano y varios otros youtubers internacionales, El Enemigo es un canal enfocado en las reseñas de discos. Aunque ha pasado por varias transformaciones, primero reseñando álbumes internacionales para luego virar a las producciones colombianas e incluir también lanzamientos latinoamericanos, lo cierto es que la voz de Juan Antonio Carulla tiene un poder clave en la definición del gusto alternativo en Colombia.

Cerosetenta

Este portal de periodismo independiente hace parte del programa de Periodismo de la Universidad de los Andes. Aunque cubre desde política a sociedad, asuntos de género y medio ambiente, es una plataforma que reflexiona activamente sobre la cultura y el arte, reseñando lanzamientos locales con regularidad.

Sudakas Podcast

Dirigido por Sebastián Narváez, antiguo editor de VICE Colombia, este podcast funciona como apéndice independiente de Cerosetenta. En este programa ganador del Simón Bolívar, galardón último del periodismo colombiano, Narváez entrevista artistas y agrupaciones hispanoamericanas, propendiendo por escapar de lo noticioso y ayudar a la relatoría y a la construcción narrativa de sus proyectos.

MAAS

Plataforma alternativa similar a 120 dB Bogotá a cargo del músico y publicista César Pardo, enfocada en la música local, pero con un contenido patrocinado y alianzas comerciales directas con espacios alternativos. En un principio creaba artículos periodísticos enfocados en la conversación cultural, pero cada vez más se enfoca en abarcar más contenido. Sin embargo, tiene una visibilidad importante en el país y una pluma cuidadosa a la hora de reseñar.

El acceso a dispositivos móviles o computadores con capacidad de conexión a internet, y el acceso al servicio mismo de internet, es otro de los grandes retos en la actual formación de públicos en Colombia. Según un artículo publicado en línea por la revista Forbes, solo el 56,6% de los hogares colombianos cuenta con este servicio y la situación es aún más crítica en la zona rural, donde solo el 23,8% de hogares pueden acceder a internet. Las restricciones de movilidad durante la pandemia por el Covid-19 hicieron que los procesos de implementación de puntos de tecnologías y acceso a internet se acelerarán en todo el país para poder cubrir

las necesidades de los estudiantes que ya no podían asistir a sus instituciones, pero la conectividad sigue siendo uno de los grandes vacíos que revela el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en el país. Con el cierre temporal de las salas de conciertos y bares, donde también se cultivaban nuevos públicos, los artistas quedaron casi que exclusivamente dependientes de internet para divulgar su música durante la pandemia. Esto ocasionó una mayor centralización de las audiencias en las principales ciudades del país y nuevos desafíos para aquellos músicos que aún no contaban con un público base.

El creciente acceso a internet puede ser uno de los responsables del crecimiento en el consumo de la música digital debido a que cada vez más colombianos tienen un dispositivo móvil con internet. Si bien es un crecimiento lento y muy limitado, el hecho de que varios de los servidores de telefonía móvil como Claro, Tigo, y Movistar, ofrezcan acceso a servicios de streaming con sus paquetes comerciales, ayuda a que las audiencias colombianas se familiaricen con estos servicios y aumenten su consumo de música digital. El uso de pagos digitales y el reto de la ciberseguridad a nivel cultural en Colombia, también dificulta la adopción de tecnologías en las industrias culturales y creativas pero cada vez más sigue creciendo y así mismo, la amplitud en la difusión y la comercialización de los productos y servicios de la música en el país.

b. Principales géneros musicales

Colombia tiene uno de los consumos nacionales con mayor variedad de géneros y está entre los primeros países de Latinoamérica en consumir música nacional. Lamentablemente el consumo de la música nacional en la radio y los espectáculos en vivo corresponden casi que exclusivamente a la corriente dominante (*mainstream*) y muy poco a las músicas tradicionales o alternativas.

Los géneros musicales más populares en el país son el vallenato, la música tropical, las baladas y el reguetón. El vallenato es un género autóctono del Caribe colombiano declarado por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial y nacido de un mestizaje de instrumentos similares al de la cumbia: tambores africanos después convertidos en la caja vallenata, la guacharaca (instrumento acanalado de madera que se raspa con un trinche) de origen indígena, y el acordeón de procedencia europea. El reguetón se ha convertido en el género de mayor consumo en el país, reflejo de un fenómeno global que tiene a exponentes colombianos entre varios de sus artistas más escuchados. La música tropical hace referencia a géneros como la salsa, la música antillana, la cumbia y demás géneros habitualmente de origen caribeño. Las músicas andinas y del Pacífico se encuentran entre los géneros autóctonos de menor acogida según la Encuesta de Consumo Cultural del año 2019. Igualmente, el jazz se encuentra entre los géneros con menor cantidad de escuchas y, en cambio, géneros como las rancheras, y la música popular mexicana producida en Colombia y en México, cada vez gana mayor acogida entre los consumidores de música grabada y en vivo en Colombia.

Las baladas, el rock y el pop son géneros que también gozan de buena popularidad entre colombianos aunque en los últimos años su audiencia tiende a disminuir. El rock nacional tiene acogida entre nichos por especialidad de géneros musicales en las principales ciudades del país pero predomina el consumo de rock extranjero, en especial el anglosajón. De igual manera, el rap y la música electrónica se consumen de manera sostenida en nichos culturales entre los jóvenes de las principales ciudades. Las nuevas músicas colombianas, como se le conocen a las músicas de raíz fusionadas con géneros contemporáneos como el rock, la electrónica o el jazz, crece de manera tímida, pero contundente, al interior del país, siendo uno de los géneros con mayor proyección internacional.

Según la IFPI, la organización internacional a cargo de reportar y representar a la industria de la música fonogramada, ésta se encuentra dividida en los siguientes rubros:

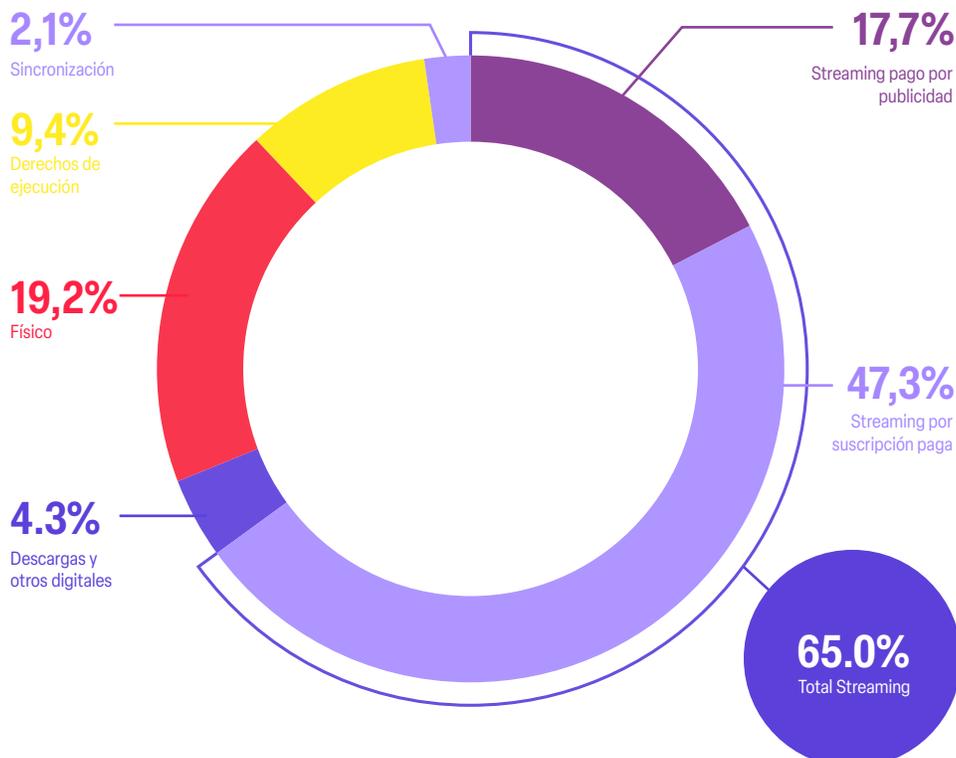
Fuente: elaboración propia con fuente en IFPI (2022)

TOTAL DIGITAL	FÍSICO	SINCRONIZACIÓN	DERECHOS DE EJECUCIÓN
<p>Streaming: plataformas de servicios pagos por suscripción o auspiciado por publicidad</p> <p>Descargar y otros digitales diferentes a streaming: descargas de archivos musicales y otros servicios de aplicaciones y usos de música en los móviles</p>	Música en soportes físicos como CDs, vinilos, cassettes y demás formatos no digitales.	Música grabada licenciada para uso en publicidad, televisión, películas, videojuegos, etc.	Ingresos recaudados para la reproducción de la música grabada en establecimientos comerciales, sitios públicos, radios, televisión, etc.

En Colombia el consumo de música grabada en formatos digitales corresponden a tendencias globales en las que se nota un aumento en el consumo de música por suscripción a plataformas pagas como Spotify y Deezer. Esto se debe principalmente a lo mencionado anteriormente

te en los hábitos de consumo debido a los servicios ofrecidos por los operadores de telefonía móvil, la adopción de nuevas tecnologías en el consumo cultural y al creciente acceso a los servicios de internet en el territorio nacional.

Ingresos de la música grabada a nivel mundial por categoría 2021



Fuente: IFPI (2022)

El consumo de música grabada en plataformas digitales en Colombia tuvo un crecimiento importante reflejo del crecimiento regional reportado en los informes de la IFPI de los últimos 7 años, que sitúa a Latinoamérica como la zona de mayor crecimiento con excepción del año 2022 donde quedó de segundo lugar con un crecimiento del 31.2% detrás de Oriente Medio y el norte de África. A esto se le suma la presencia de las oficinas regionales de varias de las principales plataformas de streaming como Spotify y muchas de las agregadoras internacionales que cuentan con una creciente representación en el mercado como OneRPM, Downtown Services, CD Baby, Altafonte, ADA, The Orchard, Bquate, Ditto, entre varias otras.

Adicionalmente, el consumo de la música grabada en formatos físicos en el mercado nacional refleja resultados positivos, al igual que en el mercado internacional, pero sigue siendo un consumo secundario que continúa siendo menor después de la gran caída en su consumo en la década del 2000.

Porcentaje de personas de 12 años y más, por sexo, según el consumo de medios audiovisuales en el 2020

Otros Audiovisuales	%	IC ±
Televisión	89,3%	0,9
Hombre	88,8%	1,0
Mujer	89,7%	1,0
Señal de Radio	52,0%	1,5
Hombre	52,7%	1,7
Mujer	51,4%	1,7
Música Grabada	46,9%	1,6
Hombre	49,3%	1,8
Mujer	44,7%	1,6
Videos	68,9%	1,4
Hombre	69,8%	1,6
Mujer	68,0%	1,4
Video Juegos	19,8%	0,8
Hombre	29,1%	1,3
Mujer	11,4%	0,8

Fuente: DANE (2020)

A. Sellos discográficos independientes

En Colombia existen múltiples sellos discográficos independientes que generalmente tienen una curaduría por género musical o nicho cultural al que pertenecen. La mayoría cuentan con una operación administrativa y de gestión muy pequeña, de menos de 5 personas. Muchos de estos sellos discográficos cuentan como uno de sus principales recursos de producción un estudio de grabación y tienen como director un productor musical o ejecutivo.

La informalidad es una condición recurrente en muchos de estos sellos discográficos, especialmente en los primeros años de existencia. A medida que su nicho de consumo crece, algunos se formalizan para acceder a mayores fondos institucionales y públicos, mientras que muchos otros desaparecen eventualmente. Entre los sellos que se formalizan, varios de ellos escogen ser fundación como sistema organizativo ya que desarrollan proyectos alrededor de los discos en los que deben muchas veces conseguir los fondos a través de donantes, estímulos o cooperación internacional. Muchos de los sellos independientes no formalizados pertenecen a productores musicales con operaciones pequeñas o a músicos compositores y productores que se auto editan sus discos.

Algunos de los principales sellos discográficos independientes de Colombia son: Mambonegro Records, Llorona Records, Polen Records, Palenque Records, Tambora Records, Sonidos Enraizados, JUGA Music, Discos Pacífico, Galletas Calientes, Paria Records, La Distritofónica, Festina Lente, Sello In-correcto, Música Corriente, Sello Indio, Moebius, Traxtraxtrax, Nómada Records, THC, Techsound, Medellínstyle, Move, Re.set, Blasting Sounds, Noise or Die o Discos Infante. Aquí encontramos sellos de músicas autóctonas, experimentales, rap, electrónica, y diferentes subgéneros de rock. La autogestión y la cultura del “hazlo tu mismo” ha llevado a muchos colectivos artísticos y productores a

crear sus propias casas disqueras en las que se generan audiencias compartidas y comunidades culturales que consumen estas músicas, tanto grabadas como en vivo.

El desbalance entre la sostenibilidad y la rentabilidad de muchos de estos sellos y colectivos ha resultado en que varios opten por realizar muchas otras actividades relacionadas a la música aparte de las relacionadas estrictamente a la música grabada. Algunos agentes de otras actividades dentro de la música independiente como agencias de desarrollo artístico o management, editoriales o sean convertido en sello discográfico como el caso de Discos de la Piña de Árbol Naranja, Merlín Producciones o Discos Biche. Esto corresponde de manera inversa también al tener varios sellos discográficos que amplían sus portafolios de servicios al incluir el desarrollo artístico y la música en vivo entre sus actividades.

B. Formatos análogos

Al igual que lo observado a nivel global, el mercado del vinilo en Colombia ha tenido un resurgimiento y crecimiento considerable en años recientes. Durante las décadas en las que el vinilo era el formato principal existían diferentes prensas en el país que suplían la demanda de los sellos locales. Estas prensas desaparecieron con la llegada de nuevos formatos y hoy en día no se conocen prensas en funcionamiento en Colombia. Algunos entusiastas y estudiosos del tema han iniciado prensajes caseros con cortadoras de vinilos en procesos a mano y en tiempo real que permiten fijar pocas copias con altos costos y en calidad artesanal en relación a las prensadoras industriales en Europa o Norte América. Producir vinilos para distribuir en Colombia puede resultar costoso debido a los gastos de envíos desde los países donde se manufacturan y los impuestos de nacionalización del producto. Sin embargo, varios artistas nacionales, en especial aquellos con una importante proyección internacional,

han convertido este formato en el soporte físico principal de sus grabaciones con buenos resultados. El cassette también ha tenido un resurgimiento interesante, aunque aún sea un formato de nicho cuyas ventas son más una curiosidad por el objeto que una fuente de ingreso importante para los artistas nacionales.

Los CDs son el formato que más sufre por la piratería y la circulación de grabaciones por fuera del mercado formal como USBs cargadas con cientos de canciones de todos los géneros. El CD ha perdido gran parte del mercado debido también a la creciente dificultad de poder reproducir un formato que ha perdido vigencia en los dispositivos de uso diario como los computadores, mini componentes y automóviles. Este desplazamiento en el consumo cotidiano ha sido reemplazado por USBs piratas y el consumo de música digital.

En Colombia quedan pocas discotiempos de cadena en las ciudades principales. Muchos de estos puntos de venta se han abierto a otros productos culturales como instrumentos musicales y libros para poder sostenerse. A pesar de ello, cada vez surgen más discotiempos especialistas en vinilos contemporáneos y de segunda mano para nichos de consumo local y turístico.

La música en vivo en Colombia vive un momento de especial crecimiento y fortalecimiento desde hace dos décadas. Con unas mejores condiciones culturales, económicas y de profesionalización del sector de la música, Bogotá y Medellín se han convertido en dos focos de espectáculos en vivo para las giras de artistas internacionales en su paso por Latinoamérica. A raíz de los efectos por la pandemia del Covid-19, algunas regiones de Colombia como la costa caribe, el eje cafetero y el suroccidente del país, también han empezado a fortalecer sus circuitos de circulación de espectáculos en vivo a medida que varios agentes se mudan a estas ciudades desde Bogotá o el extranjero, y los

La mitad de los operadores de boletas digitales, se encuentran en Bogotá y en 2020, de los productores ocasionales y permanentes registrados en la plataforma de la LEP, 38% están en Bogotá, el 19% en Medellín, y el 13% en Cali. No obstante, la competencia en la capital y las nuevas dinámicas de mercado local impuestas por los efectos de la pandemia del Covid-19 han generado nuevos nichos, oportunidades y públicos en las otras regiones del país.

Las audiencias de muchos de los géneros musicales más diversos se concentran en Bogotá donde existen productores de for-

Distribución de los tipos de espectáculos de las artes escénicas

TIPO DE ESPECTÁCULO	2018	2019	2020	% DE PARTICIPACIÓN 2018	% DE PARTICIPACIÓN 2019	% DE PARTICIPACIÓN 2020
MÚSICA	482	783	275	29,41%	31,3%	24,4%
TEATRO	155	221	89	9,46%	8,8%	7,9%
DANZA	55	83	38	3,36%	3,3%	3,4%
CIRCO SIN ANIMALES	35	48	22	2,14%	1,9%	1,9%
MAGIA	2	7	1	0,12%	0,3%	0,1%
DOS O MÁS ARTES ESCÉNICAS	879	1306	693	53,63%	52,2%	61,4%
NO INFORMA	31	52	11	1,89%	2,1%	1,0%
TOTAL	1639	2500	1129	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Ley de Espectáculos Públicos de las Artes Escénicas (2020)

agentes ya activos en estos lugares empiezan a interactuar más con sus vecinos que con el centro del país. Sin embargo, el país continúa estando muy centralizado, y la mayoría de los eventos y formación de audiencias para la música en vivo sigue estando en las dos ciudades principales.

Según el Anuario de la Ley de Espectáculos Públicos de las Artes Escénicas de 2020, la música en vivo es el tipo de espectáculo que más se realiza en Colombia con una participación del 24,4% del total de productores registrados ese año, seguido del teatro con un 7.9% de participación.

matos grandes de música de la corriente dominante que se realizan en estadios o centros de eventos masivos, a productores de formatos pequeños de corrientes alternativas que realizan eventos en bares y salas de conciertos pequeñas en toda la ciudad. Pero incluso, la misma ciudad de Bogotá está centralizada en cuanto a la realización de conciertos. Localidades como Santa Fe, en el centro de la ciudad, Teusaquillo, y Chapinero concentran muchas de las actividades alternativas de música en vivo. La concentración geográfica de estos eventos se debe en gran medida a que escenarios como los teatros, las universidades y las salas de conciertos se encuentren en esta zona de la ciudad.

Porcentaje de personas de 12 años y más, por edad, según asistencia a conciertos, recitales, eventos, presentaciones o espectáculos de música en vivo, en espacios abiertos o cerrados en el año 2020

EVENTOS, PRESENTACIONES Y ESPECTÁCULOS CULTURALES	TOTAL		12 a 25		26 a 40		41 a 64		65 y más	
	%	IC ±	%	IC ±	%	IC ±	%	IC ±	%	IC ±
Conciertos, recitales, eventos, presentaciones o espectáculos de música en vivo, en espacios abiertos o cerrados	20,6	1,1	25,3	1,7	25,4	1,8	16,4	1,3	9,1	1,6

Fuente: DANE (2020)

Llegar a las diferentes localidades de Bogotá puede resultar en un reto importante para los artistas independientes pues las escenas musicales de nicho muchas veces se encuentran ensimismadas en los mismos barrios y tienen recursos muy limitados para la generación de nuevas audiencias.

Uno de los grandes retos, sino el principal, de la música en vivo es la falta de infraestructura para la realización de eventos. En las ciudades principales, se pueden encontrar uno o más teatros. En algunas ocasiones estos teatros se encuentran en estado de abandono o con una programación artística muy poco frecuente. Hay teatros en otras ciudades que en cambio están siendo remodelados y puestos de nuevo en funcionamiento. En Colombia hay teatros públicos administrados por el gobierno nacional

o municipal, y también hay privados y mixtos. Salas de conciertos de tamaño mediano es lo que menos se encuentra y lo que más dificulta el desarrollo de audiencias pues se pasa de bares y restaurantes con aforos de decenas de personas, a centros de eventos masivos como arenas y estadios para miles de personas.

A pesar del golpe inicial debido a las restricciones en los eventos públicos debido a la pandemia del Covid-19, la música en vivo en Colombia se está reactivando desde los eventos masivos hasta los eventos en bares y salas de conciertos. El consumo de la música en vivo se vio afectado por el golpe económico de la pandemia en los hogares colombianos pero hay un resurgimiento en el deseo de socializar y consumir música por fuera de la casa donde se había centralizado el consumo cultural durante la pandemia.

RAZONES DE NO ASISTENCIA A EVENTOS, PRESENTACIONES Y ESPECTÁCULOS CULTURALES	TEATRO, ÓPERA O DANZA		CONCIERTOS, RECITALES, EVENTOS, PRESENTACIONES O ESPECTÁCULOS DE MÚSICA EN VIVO		EXPOSICIONES, FERIAS O MUESTRAS DE FOTOGRAFÍA, PINTURA, GRABADO, DIBUJO, ESCULTURA O ARTES GRÁFICAS		FERIAS O EXPOSICIONES ARTESANALES	
	%	IC ±	%	IC ±	%	IC ±	%	IC ±
Desinterés/no me gusta	53,5	1,5	46,5	1,4	49,8	1,5	47,7	1,5
Falta de tiempo	27,1	1,5	29,1	1,7	18,9	1,4	23,8	1,6
Falta de dinero	16,5	1,3	20,8	1,4	16,8	1,3	18,5	1,4
Medidas de aislamiento preventivo o distanciamiento social a causa de pandemia (COVID - 19)	10,7	0,8	4,3	0,5	18,3	1,0	14,0	1,0
Desconocimiento de la realización de este	7,9	1,0	8,6	1,1	9,1	1,1	8,6	1,2

a. Festivales y fiestas regionales

Las músicas tradicionales latinas como la salsa, el vallenato, y la música popular, son los géneros con mayor frecuencia de presentaciones en vivo a lo largo del país. Muchos de estos eventos suceden en las diferentes ferias, festivales y fiestas de cada municipio. Entre los más conocidos están el Carnaval de Barranquilla, los Festivales Al Parque de Bogotá, la Feria de las Flores y el Altavoz en Medellín, la Feria de Cali y el Festival de Músicas del Pacífico Petronio Álvarez en Cali, la feria de Manizales, el Festival Vallenato de Valledupar, y el Carnaval de Negros y Blancos y el Festival Galeras Rock en Pasto. Así mismo hay festivales de decenas de géneros regionales como el festival de la cumbia, de merecumbé, de porro, de bambuco, y de música religiosa, entre otros. Estos festivales, organizados principalmente por el municipio o fundaciones con fondos públicos y privados, por lo general presentan músicos tradicionales de estos géneros y artistas invitados de corrientes masivas en Colombia como el vallenato o

el pop. También están el Festival de Música Clásica de Cartagena en enero y la temporada de festivales de Jazz en septiembre que incluye a varias de las ciudades principales del país. Este tipo de eventos suele tener entrada gratuita al estar en parte o en su totalidad subsidiada por el gobierno.

Los festivales privados se encuentran principalmente en Bogotá y Medellín, donde además se encuentra gran parte de la infraestructura y equipo técnico para el montaje de espectáculos públicos. De estos festivales comerciales encontramos de diferentes géneros internacionales como rock, pop, indie, jazz, clásica, y músicas tropicales. Son pocos los festivales de este tipo que logran una sostenibilidad en el tiempo y muchas marcas aparecen y desaparecen con gran facilidad. Algunos de los festivales que se han mantenido y se han convertido en referentes regionales son:

Bogotá

- Festival Estéreo Picnic
- Baum Festival
- BIME Live
- Bogotrax

Barranquilla

- Barranquijazz Festival
- Carnaval Internacional de las Artes

Medellín

- La Solar
- Primavera Fest
- Carnaval Internacional de las Artes

Otras ciudades

- Magdalena Fest en Honda, *Tolima*
- Detonante en Quibdó, *Chocó*
- Festival Nuevas Bandas en Pasto, *Nariño*
- Festival Nariño Vive Underground, itinerante en el departamento de Nariño al sur de Colombia
- Pasto Jazz: Músicas del Mundo
- Green Moon Festival, *San Andrés Isla*
- Storyland, *Santa Marta y Cartagena*

Cali

- Festival Internacional Universitario de Rock Alternativo FIURA
- AJAZZGO
- Festival de Blues & Folk

Los festivales de otras artes como el cine, el teatro, la gastronomía, o el mundo editorial, también cuentan con programación musical durante sus eventos.

b. Mercados, ferias y encuentros profesionales de Música

Las plataformas de socialización y relacionamiento profesional conocidas como ferias y mercados de la industria de la música, cuentan con muy buena aceptación en Colombia donde se realizan varios de estos encuentros a nivel latinoamericano.

Principales mercados musicales en Colombia

Bogotá	<ul style="list-style-type: none"> • BOmm • BIME • Hermoso Ruido
Medellín	<ul style="list-style-type: none"> • Circularart • SIMS • Medellín Music Market
Cali	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado Musical del Pacífico • MEC
Otros	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado Musical del Caribe, Cartagena • Mercoartco, Bucaramanga • MINEC, San Andrés • Ruedas de negocios de festivales públicos como el de Rock Al Parque en Bogotá o Galeras Rock en Pasto.

c. Promotores y agencias de booking

En la música en vivo, encontramos que la mayoría de los promotores más activos en el país son independientes aún con la aparición de grandes conglomerados de música en vivo como OCESA que hoy hace parte de Live Nation, y MOVE Concerts que aunque se autodenominan como independientes dicen ser el promotor más grande Latinoamérica con oficinas en Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Perú, Puerto Rico, y la regional en Miami. Después existen colectivos formales e informales más pequeños que operan como promotores de eventos de pequeña y mediana escala en los bares, salas de conciertos y teatros del país dependiendo del nicho y la región en la que operen. Muchos de estos colectivos son sellos discográficos, agencias de desarrollo artístico, o los mismos bares y salas de conciertos. Según el anuario de la LEP en Colombia el 63% de los productores se consideran de pequeño formato, el 22% de mediano formato y el 14% de gran formato.

Algunos de los promotores independientes más destacados en el país son:

- **Bogotá:** Páramo, Árbol Naranja, 10Music
- **Medellín:** Breakfast Club, Merlín Producción, Música Corriente
- **Cali:** Cusumbo, La Divina, Zambo Producciones

Los efectos económicos de estos últimos años también han afectado la promotoría y compra de artistas extranjeros. Debido a estas restricciones en la movilidad internacional y a la devaluación del peso colombiano en los últimos años, la mayoría de los artistas que han estado circulando por el país son artistas nacionales. Sin embargo, cada día se observa una mayor reactivación en la promotoría de conciertos de artistas extranjeros que vuelven a girar a nivel internacional.

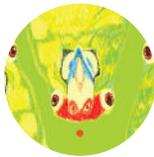
La depreciación del peso colombiano, actualmente una de las monedas más devaluadas del mundo, ha resultado en un reto adicional a la circulación de artistas extranjeros en los circuitos nacionales. Esto resulta en que los promotores locales encuentran cada vez mayores obstáculos para la compra de equipo técnico extranjero necesarios para la realización del espectáculo, y para asumir los costos de producción logística internacional como tiquetes aéreos y visados de trabajo y honorarios artísticos. Este incremento en los costos generales de la realización de un espectáculo con un artista extranjero se ve reflejado en la disminución de este tipo de eventos y en el aumento del precio de la boletería que finalmente impacta también al consumidor de música en vivo.

Por otro lado, las agencias de booking especializadas en la comercialización de conciertos en Colombia aún son muy escasas. Esta labor de la venta de conciertos, es considerada de manera un poco confusa, como una tarea propiamente del mánager. Algunos artistas más establecidos o con equipos de mayor trayectoria, tienen estos dos oficios separados pero la mayoría de los artistas independientes autogestionados, siguen concentrando ambas labores en el manager o en ellos mismos para el caso de los artistas que se autorepresentan. Esto va cambiando a medida que el sector se profesionaliza y las agencias de booking se fortalecen.

Algunas agencias de booking en Colombia:



[GoTok Music](#)



[Colombia Conexión](#)



[Afropicks](#)



[Música Creativa de Colombia](#)



[Indub Music](#)



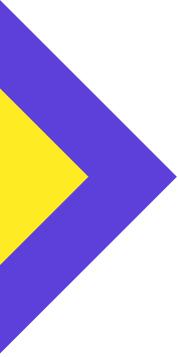
[Black Agency](#)



[Discos de la Piña](#)



[Biche](#)



6

Edición musical, Derechos de Autor y Propiedad intelectual

El sector de la edición musical o el publishing, y la propiedad intelectual, con su sistema de derechos de autor, conexos y derivados, sigue siendo una de las actividades más desconocidas dentro del sector de la música independiente en Colombia. La educación y la práctica en la gestión de los derechos individuales y colectivos asociados a la música aún no cuentan como una fuente de ingresos estable e importante dentro de los modelos de sostenibilidad de los artistas independientes. Si bien existen sociedades y asociaciones relacionadas al recaudo de derechos musicales y a la edición musical, aún existe mucho desconocimiento y falta de claridad, en gran medida a causa también de las malas prácticas y corrupción, sobre estas entidades.

De acuerdo al reporte de la IFPI representado en el gráfico no.6 de este documento, el 9.4% de los ingresos globales de la música grabada pertenecen a derechos conexos por interpretación y el 2.1%, a las sincronizaciones. Con la llegada de varias plataformas multinacionales de streaming a Colombia como Netflix, muchas productoras audiovisuales en el país han podido sumar a la demanda de contenido para series, películas, cortometrajes, y videos, y los compositores y editores, sumar su talento y catálogos a la oferta. La supervisión musical para el contenido audiovisual aún es un tema bastante desconocido en Colombia y aunque su práctica va en aumento, los profesionales independientes aún no han generado relaciones comerciales sólidas y recurrentes con quienes licencian música para estos medios. El

sector de la música y el sector audiovisual aún deben generar interacciones e instancias intersectoriales para poder entender y facilitar la oferta y demanda relacionada al uso de la música en plataformas de suscripción, cine y televisión.

Las industrias creativas de medios digitales, creación de software, videojuegos y publicidad, también representan sectores importantes que podrían generar licencias y uso de música grabada en Colombia.

Aquí algunas de las principales organizaciones relacionadas:

Sociedad de gestión colectiva: SAYCO

SAYCO (Sociedad de Autores y Compositores de Colombia) es una Sociedad de gestión colectiva de derechos de autor, sin ánimo de lucro, cuyo objeto principal es la recaudación y distribución de los derechos patrimoniales de autor. En ese sentido, licencia, recauda y distribuye los derechos de autor de sus asociados en Colombia y en el extranjero, a través de convenios de representación. A través de su gerencia y equipo de trabajo, SAYCO ofrece servicios de administración de derechos de autor a partir de políticas de licenciamiento, recaudo y distribución. El principal campo de acción de SAYCO son los eventos en vivo de carácter masivo, en los que cobran un porcentaje a los organizadores para pagar de allí a los artistas que se presentan. Sin

embargo, trabajan también con las nuevas tecnologías digitales como la televisión IP, la telefonía móvil y el internet. Para acceder a estos privilegios, no derechos, los artistas colombianos deben llevar a cabo un tedioso proceso que, en la mayoría de los casos en el ámbito independiente, confunde a quienes lo implementan por la falta de información con los que se adelantan estos procesos. Sin embargo, festivales como Estéreo Picnic exigen a los artistas estar suscritos a la sociedad.

Intérpretes y productores fonográficos: ACINPRO

Acinpro (Asociación Colombiana de Intérpretes y Productores Fonográficos) es una sociedad de gestión colectiva, legalmente reconocida por el Estado colombiano a través de la Dirección Nacional de Derecho de Autor. Esta asociación representa todos aquellos derechos conexos de sus socios, que varían desde artistas, a intérpretes y productores de fonogramas. Acinpro tiene como objeto recaudar y distribuir los derechos derivados de la comunicación pública de la música fonográfica para las partes asociadas a la entidad. En ese sentido, Acinpro gestiona y distribuye los derechos derivados de la música grabada de sus socios. Durante cerca de cinco décadas de actividad la asociación ha recibido el aval de varios entes gubernamentales, lo que le ha permitido construir un nombre en el panorama cultural colombiano. A diferencia de SAYCO, sociedad a la que los artistas pueden afiliarse de manera gratuita, Acinpro cobra una única membresía de asociación.

Dirección Nacional de Derecho de Autor: DNDA

La Dirección Nacional de Derecho de Autor es un organismo del Estado colombiano encargado del diseño, dirección, administración y ejecución de las políticas gubernamentales en materia de derecho de autor y derechos conexos. Dentro de este entorno, la acción institucional de la DNDA involucra el estudio y proceso de expedición, de la normatividad autoral de Colombia, así como la

adhesión a los principales convenios internacionales sobre protección del derecho de autor y los derechos conexos. Participa activamente en todos los procesos de negociación comercial que adelanta el país a nivel bilateral y multilateral. Asimismo, le corresponde la administración del Registro Nacional de Derecho de Autor, el cual tiene por finalidad la inscripción de todo tipo de obras en el campo literario y artístico, por lo que es un ente central para los músicos y compositores al ser la primera instancia para adelantar todo tipo de procesos de recaudación de regalías vinculadas a los derechos de autor.

Asociación Colombiana de Editoras de Música: ACODEM

La Asociación Colombiana de Editoras de Música, ACODEM, realiza la gestión, licenciamiento y recaudo del derecho patrimonial de autor de reproducción en sus diferentes modalidades tales como reproducción en producciones audiovisuales, reproducción fonomecánica, almacenamiento digital y transformación en representación de sus editoras musicales asociadas. En ese sentido, la asociación vela por el respeto del Derecho de Autor sobre las obras musicales. Así mismo, direcciona a los usuarios hacia los titulares para la realización de negocios individuales respetando el Derecho de la Competencia.

a. Precariedad laboral

Según los resultados del Foro Pulsaciones 2020 de IDARTES, las cargas tributarias, la inestabilidad jurídica y los altos costos de operación de una organización formal, crean retos tan grandes para los agentes profesionales del sector que se pone en riesgo la continuidad misma de su actividad económica.

Según cifras del Viceministerio de la Creatividad y la Economía Naranja de Colombia, la informalidad en los empleos del sector cultural y creativo fue del 87% en el 2020, mostrando ser un sector altamente más informal que el resto de la economía nacional que reportaba un 48,9% de informalidad laboral. Ante estas altas cifras de informalidad, la música es uno de los sectores con mayor ocupación laboral no formal, aún cuando el sector cuenta con una alta formación académica. Estos estudios revelan que si bien muchos agentes del sector en general tienen una amplia experiencia artística y cultural, aunque muchos de ellos sean jóvenes, cuentan con muy poca experiencia empresarial.

La educación empresarial, financiera y acceso a recursos financieros para el desarrollo de actividades creativas y culturales, continúan siendo algunos de los principales retos que reportan los agentes de la música independiente en Colombia. La mitad de los agentes en 16 ciudades analizadas por el Viceministerio de Economía Naranja, tienen una actividad económica alternativa como fuente de ingreso principal y esto resulta en que a muchas micro y pequeñas organizaciones culturales, se les dificulte generar estructuras robustas que garanticen su sostenibilidad.

En el 2019, el sector cultural, creativo y artístico ocupó laboralmente a más personas (596.448 personas) que los sectores de la minería, el suministro de servicios públicos, actividades inmobiliarias, actividades financieras y de seguros, e información y telecomunicaciones. Esa ocupación representa tanto a los asalariados como a los independientes que se mantienen en una

proporción de crecimiento balanceado. Tanto las actividades de inclusión total y parcial, tuvieron crecimientos positivos entre el 2015 y el 2019. Las actividades de inclusión parcial crecieron 7.8% y las de inclusión total un 2,1%.

b. Brecha de género

Es muy importante engranar los distintos elementos que componen el ecosistema de la música. Los medios ahora son más importantes que antes en esta labor para difundir el trabajo de los varios actores del ecosistema musical colombiano. Hay que pensar esta transformación también en clave de género para involucrar mujeres artistas, gestoras, productoras y sonidistas del ecosistema. Durante los últimos años, las mujeres han venido teniendo un protagonismo cada vez mayor en la independencia musical. Así, el trabajo de La Muchacha (Manizales), Briela Ojeda (Pasto), Búha 2030 (Pasto), Las Áñez (Bogotá), o VALE (Cartagena) ha sido vital para integrar en la conversación estas reflexiones, pues también han tenido un papel visible y clave para el momento cultural convulso en el que la movilización social y el feminismo son parte central de la conversación pública.

La brecha de género en Colombia es un tema que afecta a todos los sectores laborales, y en específico al de la música en cuanto al acceso a la educación, el tiempo para dedicarse a actividades creativas, los techos de cristal en cargos directivos, y la precariedad laboral en oficios informales.

Este es un punto de asociatividad central para el intercambio musical con Colombia. Rostros centrales de la música chilena como Francisca Valenzuela o Camila Moreno han dado un paso adelante desde tiempo atrás para visibilizar la brecha de género en festivales musicales, como es el caso de Valenzuela, o los problemas que se presentan sobre la mujer latina, en el caso de Moreno. Colectivos en Colombia como Los Rulos Vinyl Club, Todopoderosa, y Espacio Poderoso, encuentran homólogos en

Chile como Ruidosa, Musap, y Rommda.

c. Asociatividad

Las tecnologías productivas y redes sociales hasta ahora empiezan a ser herramientas de asociatividad, de momento siendo utilizadas principalmente como medios de promoción y formación de público. Cuando varias bandas se encuentran en el mismo streaming y no un solo artista, entonces varios públicos escuchan varias bandas y se fidelizan nuevos públicos, dinamizando el público que ya se tenía.

Las organizaciones y procesos asociativos en Colombia aún tienen varios retos, uno de ellos es poder consolidar una estructura administrativa que les permita operar el día a día para cumplir su agenda. Muchas de las asociaciones gremiales funcionan de manera autogestionada con el tiempo voluntario de sus asociados que normalmente cuentan con muy poco de este, al ser casi todos trabajadores independientes. Este problema causa que muchas de estas organizaciones desaparezcan por el eventual abandono de sus actividades al no poder encontrar fondos que les permitan mantenerse en el tiempo.

Estas asociaciones y organizaciones se pueden dividir en gremiales de orden productivo o de cara a una agenda política y sectorial que busquen desarrollar en conjunto, como es el caso de la mayoría.

Aquí algunas de las principales asociaciones en Colombia:

- Industria de Productores y Creadores de Eventos y Espectáculos - **IPEE**
- Unión del Sector de la Música - **USM**
- Asociación de la Industria de la Música en Colombia - **AIMCO**
- Asociación de Bares de Colombia - **ASOBARES**
- Asociación de Sellos Independientes

- Asociación de Managers de Latinoamérica - **MMF Latam**
- El Paro Suena
- Música Independiente de Cali - **MIC**
- Gremio de Espacios Culturales y Artísticos - **GRECCA**

d. Instituciones y políticas públicas

Si bien la industria hoy es frágil tras la pandemia, las condiciones han mejorado mucho en los últimos veinte años con la formalización de espacios no convencionales de música en vivo y la profesionalización de agentes dentro de los organismos gubernamentales dedicados a la promoción musical. El estado apoya a través de estímulos la creación de proyectos musicales o la circulación de actos con mediana trayectoria a lo largo del territorio. Sin embargo, son estímulos condicionados a la construcción de una retórica oficial, dejando de lado, por ejemplo, a actos con influencias estéticas foráneas a la geografía colombiana. La desarticulación de agendas políticas en común y de mesas intersectoriales, es otra de las grandes falencias de la política pública en el país.

El Ministerio de Cultura es la principal oficina del gobierno nacional dedicada a la cultura, las artes, y el patrimonio. Es el ministerio encargado de liderar la política integral de la economía creativa desde el gobierno nacional y de desarrollar los programas aprobados por la ley. Las secretarías de cultura de cada ciudad suelen ser independientes del gobierno nacional y en varios casos, funcionan en conjunto con las oficinas de turismo y deporte. Algunas de estas secretarías de cultura se apoyan con las secretarías de desarrollo económico en el área de cultura y creatividad. En el caso de Bogotá, además de la secretaría de cultura, existe el Instituto Distrital de las Artes IDARTES como gestor de la artes y sus agentes en la capital.

La medición y el impacto de la economía cultural y creativa representada en estadísticas, datos e información articulada y ac-

tualizada, es uno de los principales retos de la política pública y el sector. Sin embargo, hace diez años que se vienen generando estudios y documentos que aporten al entendimiento y al análisis de la música a través de información especializada obtenida por medio de empresas consultoras e investigadores.

Si bien Colombia no cuenta con una oficina de exportación dedicada a la música, una marca sectorial, o una asociación establecida como en el caso de Chile, las políticas públicas de internacionalización en Colombia han generado nuevas oportunidades de circulación para los artistas nacionales. No obstante, estas políticas son comúnmente criticadas por beneficiar principalmente a las músicas autóctonas y dejar de lado a artistas y agentes independientes de otros géneros musicales.

Oportunidades para artistas y agentes de Chile en el mercado musical Colombiano

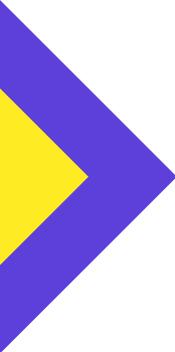
Los artistas, agentes y empresas de la música independiente en Chile tienen grandes oportunidades en el mercado colombiano en especial en lo relacionado con la generación de redes y alianzas. Chile es un país con menos habitantes, mayor acceso a internet y a las nuevas tecnologías, y procesos asociativos más robustos, lo cual lo sitúa en una posición más favorable para el desarrollo de proyectos culturales independientes. La generación de redes sectoriales y recolección de data relacionada a la música y la asociatividad dentro del sector con perspectiva de género y de internacionalización, es uno de los puntos claves en la interacción entre agentes Colombia-Chile. Así mismo, es fundamental el desarrollo de audiencias agregadas en géneros musicales como el rock y el pop alternativo, el reggae, y las músicas autóctonas de cada país. El intercambio y oferta de servicios relacionados a las tecnologías dentro de la música, y los servicios de sincronización y editorial, también representan oportunidades entre ambos países aún no exploradas a fondo.

La ubicación geográfica de Chile encarece y dificulta la circulación de productos asociados a la música, en especial de agrupaciones y proyectos musicales de gran formato. En este sentido, Colombia representa una buena puerta de entrada y base a otros mercados de Latinoamérica al estar centrada en un punto estratégico. Los artistas y empresas que desarrollen un buen mercado de sus servicios y productos en Colombia, eventualmente pueden enlazarse con otras regiones como México, Centroamérica, el Caribe, y la región Andina. De igual forma, los promotores de ambos países que logren articularse, podrán mejorar las

condiciones de compra de artistas internacionales fortaleciendo circuitos de giras como ya sucede entre actores como en el caso de Páramo en Colombia con Lollapalooza y Fauna en Chile.

Uno de los mayores desafíos de los agentes y artistas chilenos en el mercado colombiano, es la formación de públicos o clientes potenciales. Las colaboraciones artísticas y de gestión entre ambos países también fortalecerán las audiencias y ofertas de uno y otro. Tanto en la música grabada como en la música en vivo, las colaboraciones publicadas por artistas de ambos países, han resultado en audiencias agregadas para ambas partes. Nichos como el de la música pop alternativa al que pertenecen artistas colombianos como Esteman, Juan Pablo Vega, Monsieur Periné, Soy Emilia entre otros, se ven fortalecidos en sus audiencias en todo el continente al representarse unidos a artistas de géneros similares en Chile como Gepe, Francisca Valenzuela, Javiera Mena, y Camila Moreno. Esta unión de género y generaciones musicales, similar a la que sucede con el rock independiente, la cumbia y la electrónica ha facilitado la circulación de artistas y la exposición de nichos que crecen día a día.

Chile y Colombia se perfilan hoy día como dos de los países líderes de Latinoamérica en la internacionalización de sus artistas y empresas hacia otros continentes, y la unidad entre ambas naciones potenciará las rutas de circulación de sus productos y servicios en la música como un movimiento cultural a la vez unificado y diverso.



Bibliografía

Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) (2019) Documento Observatorio Economía de la Música de Bogotá y Colombia presentado por Lado B [Online] <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Musica/Sobre-el-Cluster/Economia-de-la-musica-en-Bogota/2019/Documento-Observatorio-Economia-de-la-Musica-de-Bogota-y-Colombia-2019>

Canadian Independent Music Association (CIMA) (2017) Opportunities for Canadian Independent Companies in Latin and South America.

Corporación Revista MÚSICA (2021) Recomendaciones para el fomento del sector de la música en el 2021. Medellín.

Departamento Administrativo de Estadística (DANE) Colombia- Encuesta de consumo cultural (Diciembre , 2020) [Online] https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/eccultural/presentacion_ecc_2020.pdf

Censo Nacional de Población y Vivienda (2018) [Online] <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018/donde-estamos>

Instituto Distrital de las Artes de Bogotá (IDARTES) (2020). Pulsaciones: Efectos de la Pandemia en el sector musical de Bogotá presentado por Lado B [Online] <https://public.tableau.com/app/profile/lado.b.sas/viz/PULSACIONES2020Efectosdelapandemiaenelsectormusical/Story1>

Lado B (2021). Caracterización de los flujos de circulación de bienes y servicios creativos entre México, Perú, Chile y Colombia. Alianza del Pacífico, Bogotá.

Ministerio de Cultura. Portal Único de la Ley de Espectáculos Públicos (PULEP). Anuario Estadístico (2020) [Online] <https://ecomianaranja.gov.co/media/shidlfny/anuariolep2019.pdf>

Observatorio de Cultura y Economía (2020). Ministerio de Cultura Revista Faro no.10 <https://culturayeconomia.org/revista-faro/revista-faro-numero-10/>

Radiónica (Junio 2021) Recorrimos los festivales más importantes de Colombia [Online] <https://www.radionica.rocks/musica/musica-colombiana/recorrimos-los-festivales-mas-importantes-de-colombia>

Forbes. (Noviembre 2021) [Online] <https://forbes.co/2021/11/19/tecnologia/solo-el-565-de-los-hogares-en-colombia-tiene-internet-dane/>

IFPI (2022). Global Music Report. State of the Industry. [Online] <https://www.ifpi.org/resources/>

Vice (Agosto 2016) Top 6 colectivos electrónicos colombianos [Online] <https://www.vice.com/es/article/ezwgq7/top-6-colectivos-electronicos-colombianos>

INDUSTRIA.MUSICAL.INDEPENDIENTE.CHILE
IMICHILE
INDEPENDENT.MUSIC.INDUSTRY.CHILE



Cali, Colombia
Abril 2022

