

La música, ¿medio de propiedad o acceso?

Profesionales discuten sobre la apertura que creadores deben tener frente al mercado virtual

Detrás de la gran oleada de cambios que ha tenido la industria musical en el orden internacional, la Feria Internacional de la Música para Profesionales (FIMPRO) organizó la conferencia “Descubriendo música: tendencias y herramientas”, a cargo de Charles Slomovitz, de la aplicación de detección de música *Shazam*; Valerie Miranda, de la plataforma *Spotify*; Juan José Quijano, de la página *Deezer* y como moderador, Ariel Etbul, de Believe Digital, empresa distribuidora de servicios para artistas independientes. La ponencia giró en torno al uso de las nuevas tecnologías y su forma de consumo en Latinoamérica.

“Vivimos un momento particular en México. La tecnología, música en *streamming* y el acceso que se está teniendo hacia el consumo musical, se torna una dinámica interesante por parte de las compañías y consumidores”, apuntó Juan José Quijano. Aunado al momento tecnológico que se vive en América Latina, resaltó la semejanza tecnológica del continente frente a las potencias europeas.

En total 41 millones de usuarios de telefonía móvil en México cuentan con un teléfono inteligente que consume datos diarios, y uno de cada seis tiene instalada la aplicación de *Spotify*, señaló Miranda, quien puntualizó que el mercado neto de consumo de música varía entre el público de 25 a 34 años, según cifras de abril de 2013.

Uno de los temas abordados en la ponencia giró en torno al exitoso caso de la cantante neozelandesa Lorde, quien se hizo conocida por su *EP Royals* a través de la tienda virtual de *Itunes*, para más tarde ser reconocida con tres nominaciones a los premios Grammy de 2014 y posicionarse dentro del *top 10* en más de veinte países.

“Hay que entender que esta es la época de oro de la industria musical por toda la difusión que un artista puede tener, pero, a su vez, también de la preparación no solo académica, sino de negocios que debe tener. Hay que encontrar todos los recursos para hacer música, ya que todo ese dinero se puede perder en cualquier video que te cobra 50 mil pesos y solo lo subes a *Youtube*, mientras que cuesta mil veces más hacer una estrategia de medios, aplicaciones y blogs que abarquen no solo la proyección musical”, subrayó Miranda.

Agregó que el sistema de listas que ofrece *Spotify* es manejado directamente por “curadores”, quienes saben el movimiento viral que tienen las canciones, artistas y temas que el público solicita, sin olvidar que también el desarrollo debe de ir de la mano de un buen producto creativo: “Es importante resaltar que ahí es donde los músicos deben apostar. Por una lista de un curador, son artistas que logran el éxito. Hay que apostarle a la economía, al manejo de redes”.

Para conocer más información y el programa de actividades de la feria consultar la página <http://www.fimguadalajara.mx/mercado/#/> [1]

A T E N T A M E N T E

“Piensa y Trabaja”

“Año del Centenario de la Escuela Preparatoria de Jalisco”

Guadalajara, Jal., 7 de noviembre 2014

Texto: Alejandra Leyva

Fotografía: Internet

Etiquetas:

[Juan José Quijano](#) [2]

[Charles Slomovitz](#) [3]

URL Fuente: <https://comsoc.udg.mx/noticia/la-musica-medio-de-propiedad-o-acceso>

Links

[1] <http://www.fimguadalajara.mx/mercado/#/>

[2] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/juan-jose-quijano>

[3] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/charles-slomovitz>