

## Agregador digital, figura indispensable para la industria musical

Presentan conferencia “Distribución digital en el nuevo ecosistema sonoro” durante FIMPRO 2018

Llegas a la oficina, a tu casa, al gimnasio, y desde la computadora o tu teléfono celular abres la página de Spotify. Das clic en “Explorar” y seleccionas la *playlist* que va acorde con el estado de ánimo que tienes en ese momento. Pero, ¿sabes cómo llegó esa música hasta ahí? Pues es el resultado del trabajo de un agregador musical.

Se trata de una persona o un grupo de trabajo que se encarga de proyectar la música de un artista a través de las diversas plataformas de *streaming* y tiendas en línea. Pero no sólo eso, también se encarga de estar al día con las nuevas tendencias de comunicación en redes sociales, con el objetivo de hacer visible el trabajo de un proyecto musical.

Este tema fue abordado durante la conferencia “Distribución digital en el nuevo ecosistema sonoro”, en la Feria Internacional de la Música para Profesionales (FIMPRO) 2018, que se realizó este viernes por la mañana en la Sala 2 del Conjunto de Artes Escénicas.

En este encuentro participaron especialistas de empresas que hacen dicha labor: Ariel Etbul, de Ditto; Inma Grass, de Altafonte; Mario Sánchez, exintegrante de la banda Austin TV y miembro de CDBaby México, y Claudia Ochoa, de The Orchard.

“La primera plataforma que apareció fue iTunes, luego se dieron cuenta de que era difícil gestionar la música de todos los artistas, luego vino la figura del agregador musical, cuya función ya no se es sólo la de distribuir, sino la de hacer marketing y saber de estadísticas sobre el alcance de la música”, compartió Etbul.

Señaló que ahora, más que nunca, es indispensable que se recurra a un agregador, pues ahora es parte de las reglas del juego para que los músicos tengan mayor proyección.

“El *engagement* que se debe crear entre el artista y sus seguidores no debe acabar. Los músicos deben de estar diariamente comunicando y dando a conocer qué pasa en su vida, para que quienes los escuchan tengan una conexión emocional con ellos. Por ejemplo, se pueden hacer pequeñas grabaciones de sus presentaciones, *showcases*”, dijo Grass.

No sólo Spotify es la plataforma que está en el radar, el artista debe tener actualizada su información y contenidos en Youtube, Facebook, Apple Music, Twitter, Google Play, Instagram, entre otras plataformas populares.

“En el caso de nuestros negocios, es fundamental tener la parte del artista y explicarle qué está pasando

en el mundo digital, para que ellos mismos generen sus contenidos. Actualmente ya existe una democratización de los contenidos y hay más opciones para los músicos independientes. Una empresa agregadora digital les ayuda a llegar más lejos”, refirió Ochoa.

### **Las *playlist* como grandes ventanas**

Cada viernes nuevas canciones son agregadas a las listas de reproducción más populares, situación que se vuelve más competitiva para los artistas emergentes.

Los panelistas explicaron que para que un *track* llegue a una *playlist* se realiza un proceso que se trabaja con mucha anticipación con los editores de las plataformas, pues los agregadores musicales son quienes proponen los contenidos y los editores disponen.

“En las tiendas más grandes, no son algoritmos los que ordenan y agregan la música, son trabajos artesanales de los editores de las tiendas”, expresó Etbul.

Sánchez refirió que se debe tener una propuesta sólida por parte del artista, para que éste no se doblegue y cambie su propuesta para ingresar en las listas.

“No porque hagas metal progresivo escandinavo vas a cambiar a reguetón”, externó. En todo caso, se debe pensar en el nicho de mercado que podría escuchar dicha música, y proponerla a los editores de las plataformas.

Si los encargados de hacer la curaduría musical en línea se dan cuenta del esfuerzo del equipo de trabajo del proyecto musical, y si además hay un buen número de reproducciones orgánicas, éstos pondrán el ojo en su música, detallaron quienes estuvieron en el presídium.

Recordaron que, si bien la música de un determinado proyecto no entró en alguna de las *playlist* populares como “Nuevos lanzamientos”, “La + chingona” o “Viral México”, siempre pueden buscar otras opciones que correspondan a su personalidad musical, ya sea “Música para concentrarse”, “Café y libros”, “Carnita asada” o una infinidad más. Lo importante es hacérselo ver a los agregadores, para que éstos lo socialicen con quienes crean dichas selecciones sonoras.

**A t e n t a m e n t e**

**“Piensa y Trabaja”**

**Guadalajara, Jalisco, 25 de mayo de 2018**

**Texto: Iván Serrano Jauregui**

**Fotografía: David Valdovinos**

**Etiquetas:**

[Ariel Etbul](#) [1]

---

**URL Fuente:** <https://comsoc.udg.mx/noticia/agregador-digital-figura-indispensable-para-la-industria-musical>

**Links**

[1] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/ariel-etbul>