

**CLAVES Y HERRAMIENTAS PARA LA PROFESIONALIZACIÓN DE LA  
MÚSICA ALTERNATIVA E INDEPENDIENTE EN MEDELLÍN: MANUAL  
PRÁCTICO PARA ARTISTAS EMERGENTES**

Por:

Matías Cardona Arango

*La derrota guarda polvo en el desván de la memoria,  
se acomoda, nos recuerda lo que olvida la victoria  
porque a veces la derrota saca pecho  
y es un arma poderosa que te ayuda a seguir.*

Guillermo Galván

*“La derrota”*

(Pequeño Salto Mortal, 2024)

## ÍNDICE

<b>ÍNDICE.....</b>	<b>3</b>
<b>TABLA DE IMÁGENES.....</b>	<b>5</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>CLAVES Y HERRAMIENTAS PARA LA PROFESIONALIZACIÓN DE LA MÚSICA ALTERNATIVA E INDEPENDIENTE EN MEDELLÍN: MANUAL PRÁCTICO PARA ARTISTAS EMERGENTES.....</b>	<b>8</b>
<b>El Músico Alternativo en Medellín.....</b>	<b>9</b>
Exploración y Producción Sonora.....	9
La Identidad Sonora en la Música Alternativa en Medellín.....	9
Los Precursores del Sonido Alternativo en la Ciudad.....	10
Puntos de Inflexión en la Música Alternativa Medellínense.....	11
Elementos importantes en la creación de una identidad sonora.....	12
¿Cómo Quiero Sonar? ¿Qué Me Inspira?.....	12
¿Qué formato me imagino?.....	13
Aspectos musicales importantes para tener en cuenta cuando se empieza a hacer música propia.....	14
¿En qué vale la pena invertir a nivel sonoro?.....	15
¿Qué hacer cuando no hay dinero para invertir?.....	16
Formación en música y audio.....	17
<b>El Producto.....</b>	<b>18</b>
Identidad Visual en la Cultura Alternativa.....	18
La Época y su Importancia en la Decisión Estética.....	20
El color como elemento visual y conceptual.....	21
¿Cómo Crear una Narrativa Visual?.....	22
Apropiación del Lenguaje y el Uso de la Narrativa Propia desde Este.....	25
El Lenguaje como Puente entre Seres que Sienten.....	26
La Voz Propia.....	27
Elementos para la Creación de un Lenguaje y una Narrativa Propia.....	29
<b>Canales de Difusión y Creación de Estrategias de Difusión.....</b>	<b>32</b>
Medios Digitales.....	32
Orden y Constancia.....	33
Un Plan.....	34
Colaboraciones.....	35
Actualizarse Constantemente.....	36
Ser Selectivo.....	37
Imagen y Lenguaje.....	37
Medios Físicos.....	38
Ir a Conciertos de Música Local.....	39
Entablar Conversación y Relación con Otros Músicos, Gestores y Personas del Medio	39
Ser Partícipe de los Mercados Musicales.....	40

Generar Relaciones con Industrias de Otros Lugares tanto Nacionales como Internacionales.....	41
<b>Estrategias para Músicos: Agregación, Distribución, Lanzamiento y Mercadeo.....</b>	<b>43</b>
Agregadoras y Distribución.....	43
Selección.....	44
Enviar un Pitch de Canciones, tanto a la Agregadora como a Spotify y Amazon Music	46
Registro de obras en la DNDA.....	46
Regalías y Sociedades de Gestión Colectivas.....	47
Lanzamientos, Conciertos en Vivo y Mercadeo.....	47
Selección de lugares y artistas con los que se quiere tocar.....	48
¿Cuántos Conciertos y Dónde?.....	49
Las Primeras Giras.....	49
Comunicados de Prensa.....	50
Merch y Venta de Objetos.....	50
Festivales Privados.....	52
<b>Convocatorias de Estímulos, Espacios, Festivales Públicos.....</b>	<b>54</b>
Convocatorias Públicas.....	54
Espacios.....	55
Festivales Públicos.....	56
<b>Conclusiones Finales.....</b>	<b>57</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>59</b>

## TABLA DE IMÁGENES

Figura 1. Paso a paso de los primeros pasos a consolidar un proyecto emergente.....	8
Figura 2. Soda Stereo en 1984: Peinados extravagantes y vestuarios llamativos Tomado de la revista Rolling Stone.....	21
Figura 3. Portada de Goli, primer álbum de Goli, banda de Medellín dirigida por Sara Rodas..	25
Figura 4. Margarita Siempre Viva promocionando su álbum de larga duración Letanías del Jardín en 2020 Recuperado del fan page de la banda.....	29
Figura 5. Portada de “Algo tiene que cambiar” de Alan Sutton y Las Criaturitas de la Ansiedad recuperado del fan page de la banda.....	31
Figura 6 Portada de “Vanidad” Colaboración entre Reyner y El Diestro, artistas importantes del movimiento actual de música alternativa de Medellín, recuperada del fan page de los artistas.....	36
Figura 7. Concierto de varios artistas locales en Barnaby Jones, evento producido por Entre Árboles en agosto del 2022, fotografía por Miguel Restrepo.....	39
Figura 8. Fotografía en concierto de Nopal banda Boyacense perteneciente a Apto 101, productora aliada de Entre Árboles, foto por Juan José Díez.....	42
Figura 9. Versión física del álbum de Iconauta (Banda Bogotana) fotografía recuperada de la página de shock.....	52
Figura 10. Fotografía luego del concierto de un lanzamiento del Diestro en Casa Sonata en agosto del 2023, tomada por Juan José Díez.....	53

## INTRODUCCIÓN

El sueño comienza con los primeros encuentros: la música forma parte del momento y es el tema principal de conversación. Las recomendaciones se convierten en la carta de presentación de quienes habitan ese lugar, y dentro de esos primeros instantes surge la pregunta: "¿tocas algún instrumento?". Posteriormente, pasan los días y las semanas, y esto se repite constantemente, ya no están con las manos vacías.

Se reúnen dos o más mentes y surgen las primeras ideas, el primer impulso que da forma a un sueño que, a primera instancia, parece cercano (o así se muestra en las redes). Transcurren varios meses, ensayan un *setlist* que combina *covers* y canciones propias, logran que un bar no muy grande les abra la puerta para presentarlo. Es la mejor noche de sus vidas hasta ese momento, y al día siguiente, llegan las preguntas: "¿Y ahora qué? ¿Cuál es el siguiente paso?".

Con la creación de Entre Árboles en 2019, inicialmente como festival y luego como productora de eventos, el autor del presente trabajo fue identificando los vacíos que tenía la comunidad de bandas emergentes de la ciudad de Medellín, de lo difícil que era conseguir información sobre cómo funcionaba la industria, de por qué unos ganaban convocatorias y otros no, de por qué unos giraban por todo el país y otros permanecían estáticos tocando en los mismos lugares por años, de cómo subir canciones a plataformas digitales, entre muchas otras tareas que parecían sumamente complejas para un joven cuyo único sueño era hacer música y ser escuchado.

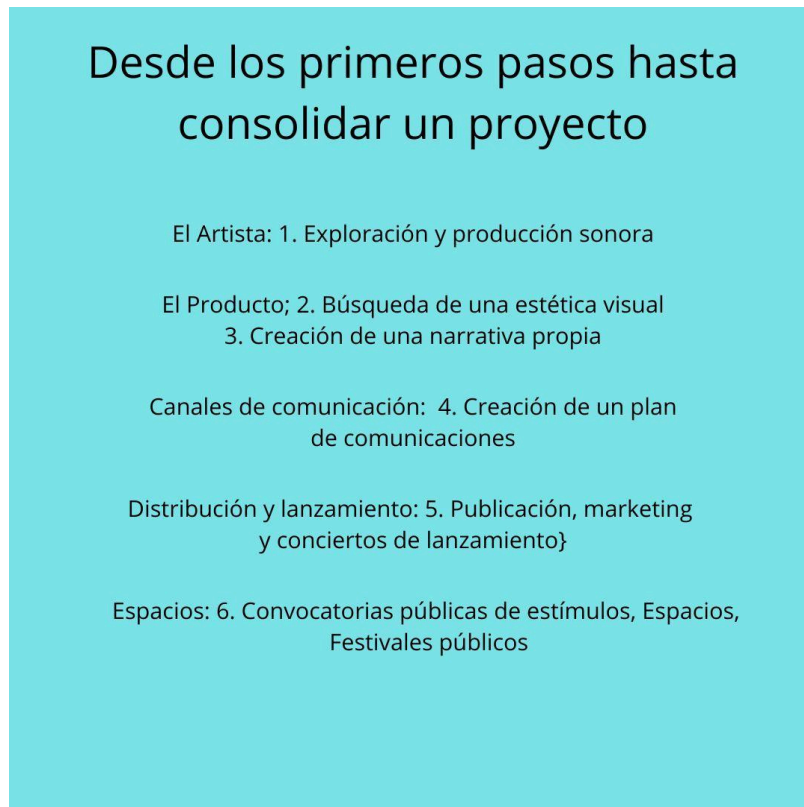
Este proyecto empezó a construirse desde el momento en que entra al ITM en 2017 como estudiante de Informática Musical. Ha sido una recopilación de experiencias propias y ajenas que tiene como objetivo brindar una serie de herramientas, algunas premisas y un poco de claridad a los artistas que empiezan a transitar en este camino de la música independiente que a veces se nos hace tan difuso, tan difícil de entender y, al mismo tiempo, es lo que nos impulsa cada día a seguir viviendo. Bienvenidos a este camino, uno que es de valientes.

El Manual está dividido en seis capítulos, cada uno aborda aspectos importantes a tener en cuenta cuando un proyecto está iniciando y da recomendaciones desde la perspectiva de diferentes expertos con los que tuve la fortuna de hablar. Además, trae a colación algunas recomendaciones de otras escenas internacionales como la española, la ecuatoriana y la

bogotana, que se analizaron previamente para tener un contexto más global de otros movimientos que actualmente funcionan mejor en temas de industria musical.

Además, el manual también sirve para dar testimonio de lo que está pasando en la ciudad actualmente, encontrando situaciones problemáticas que paralizan el crecimiento del ecosistema alternativo en la ciudad, y brinda algunas soluciones que con el tiempo pueden contribuir a que se encuentre en lo alternativo una oportunidad de vida.

**CLAVES Y HERRAMIENTAS PARA LA PROFESIONALIZACIÓN DE LA MÚSICA  
ALTERNATIVA E INDEPENDIENTE EN MEDELLÍN: MANUAL PRÁCTICO PARA  
ARTISTAS EMERGENTES**



*Figura 1. Paso a paso de los primeros pasos a consolidar un proyecto emergente*

Este manual contiene contexto para entender algunos elementos importantes sobre la profesionalización de la música alternativa e independiente en Medellín. Además, brinda una serie de recomendaciones prácticas que son el resultado final de análisis de casos internacionales y locales, así como de una exploración investigativa a través de entrevistas y auto etnografía sobre la experiencia propia de autogestión de proyectos de música alternativa en la ciudad de Medellín en los últimos años.

## **El Música Alternativo en Medellín**

### **Exploración y Producción Sonora**

La exploración sonora y el gozo de hacer música siempre van acompañados de un proceso de reconocimiento de diferentes referentes y un estudio del contexto local en el que el artista se quiere mover. Por eso, partir de hablar de cómo se ha ido desarrollando la escena de Medellín, ¿a qué suena? y ¿cuáles son sus mayores exponentes en el paso del tiempo?, puede dar pistas para entender por qué han logrado tener éxito estos proyectos y cómo un artista emergente puede empezar a construir sus primeros pasos entendiendo los que otros ya dieron. Cristian Múnera, en entrevista, responde desde su experiencia como gestor a la pregunta ¿dónde nace la música local?: “La mayoría de los proyectos empiezan por pelados que tienen un interés por la música y que, teniendo o sin tener conocimientos teóricos, se reúnen con amigos y empiezan a hacer cosas” (2023).

### **La Identidad Sonora en la Música Alternativa en Medellín**

Medellín es una ciudad que ha sido el hogar de diversos cambios culturales, políticos, económicos y sociales en periodos de tiempo muy cortos. Esto ha hecho que la memoria patrimonial de la ciudad se haya difuminado, a tal punto que hoy en día su legado cultural más marcado y reconocido a nivel internacional es una vertiente de la cultura narco mexicana de los años 80. Esta historia de la música alternativa comienza acá, cuando la Medellín violenta de los años 80 hizo que el arte y las manifestaciones artísticas dieran un paso atrás, hasta casi desaparecer. Justo ahí, en los barrios populares, se empezó a gestar la cultura punk que por mucho tiempo se volvió la alternativa para aquellos que no querían ser parte de la matanza del día a día, como menciona Dubán Alexis Blanco en su tesis de pregrado “El punk en Medellín: historia de un movimiento auto marginado (1980 - 1995)” de la Universidad de Antioquia: “Mantenerse en la escena no fue sencillo para estas primeras bandas. Los instrumentos musicales y equipos de sonido que se necesitaban para tocar y hacer sonar el

punk se debían importar, y por ende resultaban costosos y poco accesibles para jóvenes seguidores. Los pocos espacios propicios para ensayar y refinar las composiciones, la constante persecución de las autoridades y el rechazo de los estudios de grabación y las disqueras de la ciudad, obligaron a los integrantes de estas bandas a ingeniarse la elaboración de sus propios instrumentos para interpretar sus temas”.

Desde ahí, el espíritu del *Hazlo Tú Mismo* comenzó a ser un pilar importante en el sonido de la capital antioqueña. Como cuenta Camilo Restrepo, cantante y guitarrista de Providencia, en entrevista, “Lo alternativo viene del punk, del *Do It Yourself*, lo bonito del *underground* es bajar a tierra a toda esa gente de arriba, por eso me gusta el punk, porque generan comunidad para crecer todos juntos” (2024). Los músicos no contaban con educación, experiencia, tecnologías, contactos o influencias en la industria musical del momento, pero ese empuje de querer hacer música, muchas veces sin intenciones de grabar o monetizar sus proyectos, terminó por dejar un legado que se contagió del punk hacia otros géneros musicales que fueron apareciendo con el tiempo.

### **Los Precursores del Sonido Alternativo en la Ciudad**

Empezaron a surgir proyectos como Bajo Tierra, Los Árboles, Juanita Dientes Verdes, El Globo, Estados Alterados, entre otros, que tomaban referencias de toda la música alternativa estadounidense, argentina, española, mexicana e inglesa para comenzar a abrirse paso como los pioneros en este campo en Colombia. De esto habla Santiago Arango en su libro *La Era de la Hipermúsica*. En ese momento, las posibilidades para grabar o producir música eran bastante limitadas, pero con las recientes tecnologías que llegaban al país, se abrieron unos cuantos pequeños estudios y pequeñas discográficas como lo fueron Lorito Studios o Polen Records, y en estas se gestaron los primeros trabajos discográficos alternativos e independientes de la ciudad que fueron abriendo camino y deconstruyendo la

hegemonía de grandes actores de la industria musical que mantenían cierto monopolio en esta. Como narra Felipe Naranjo, músico con más de 30 años de experiencia en la escena de música alternativa de la ciudad, en entrevista: “En los 90 era impensable que esto se volviera viable económicamente, cuando surgió Aterciopelados tuvimos cierta esperanza en lograrlo, pero yo no hacía música con el afán de que fuera algo comercial, la necesidad era más de expresión artística” (2023).

### **Puntos de Inflexión en la Música Alternativa Medellínense**

Luego del surgimiento de las primeras bandas, empezaron a emerger varias olas con identidades sonoras muy diferentes entre sí. A inicios de los 2000 empezó a haber hibridación de géneros, esto creció en gran medida con la llegada del ska y del reggae a la ciudad, también con referentes como Providencia, Rey Gordiflón y La Mojiganga que fueron las caras de una revolución que se sostuvo por casi una década y media. A la par, en ese entonces también fue posicionándose la escena del rap y el hip hop, representados por Alcolirykoz que hasta el día de hoy es un referente activo y muy importante de la ciudad, han consolidado un proyecto y un sonido que ha generado un fenómeno masivo de consumo del rap y el hip hop en diferentes entornos culturales de la ciudad, a la par que crearon una escuela de aprendizaje del género y sus corrientes en Aranjuez, su barrio de origen. De esto la historiadora colombiana Ángela Garcés menciona lo siguiente en un artículo publicado en 2011: “A su vez, en el 2000 la escena del hip hop se fortalece gracias a los renovados roles de los hoppers, en su proceso de reconocimiento como artistas y gestores culturales; dos formas de nombrarse y representarse que estaban ausentes en las décadas pasadas y ahora aparecen como protagonistas importantes de su desarrollo local, social y cultural. En la producción de medios de comunicación propios sobresale la renovación de las imágenes hoppers, al cuestionar los estereotipos de jóvenes vulnerables y violentos (imágenes que transitan en los

medios de comunicación masivos, entre sicarios, pobres, narcotraficantes.)” (Garcés, Signo y Pensamiento 58, págs. 9 y 10).

Posteriormente, más o menos en 2015, empezó a surgir en la ciudad una ola de Indie y Cantautores que comenzaron a abrir paso a un nuevo nicho que actualmente se sostiene y representa la música alternativa de la ciudad. Referentes como Margarita Siempre Viva, Bella Álvarez, La Banda del Bisonte, Ana Vahos e Hipsum comenzaron a dar sus primeros pasos y a juntarse con otros proyectos a nivel nacional para posicionarse y comenzar una interacción entre ciudades que hoy en día ha ido creciendo. En palabras de Luis Martínez, jefe de escenario de la productora de eventos Rockal, en entrevista: “El descubrimiento de Margarita en la escena fue importante para amalgamar el movimiento de música alternativa de la ciudad” (Martínez, 2023).

### **Elementos importantes en la creación de una identidad sonora**

La voz propia, un anhelo de muchos artistas que buscan vivir de su música, es un collage que recoge diversos elementos tanto técnicos como artísticos que terminan por impactar a su audiencia y generar recordación sonora en ella. En este punto se hablará de algunos de los aspectos más importantes y de cómo se pueden abordar desde la autogestión en Medellín.

### **¿Cómo Quiero Sonar? ¿Qué Me Inspira?**

Todo proyecto comienza por un impulso interno de querer hacer música, un deseo que viene movido por escuchar diferentes artistas y tener algo que decir. Por ende, el poder nombrar algunos referentes sonoros al iniciar, es sumamente importante para ir definiendo el norte del proyecto. Tener referentes también ayuda a lograr puntos de encuentro cuando el impulso creativo es en conjunto y hay varias voces con el deseo de hacer música, ayuda a concretar ideas y que la fuerza inicial no se divida en varias direcciones. Para usar esto a su

favor, un artista puede crear una playlist con los referentes que influyen en la construcción sonora del proyecto; esto puede ayudar a encauzar un proceso creativo sin que se desvíe demasiado de la idea original. Otra opción podría ser tomar una ya existente que tenga música local y pueda servir para contextualizar al artista, por ejemplo *Rock Medellín* que está disponible en Spotify y tiene una variedad interesante de sonidos que han sido importantes en la ciudad en los últimos 30 años. Andrés López, en entrevista, resalta el potencial sonoro y de público que tiene la ciudad: “La ciudad tiene potencial, Páramo lo vio y desde que se haga un concierto de Interpol sólo en Medellín, sin hacer Bogotá, eso ya habla. Nos falta infraestructura y medios para llegarle al público” (2024). En la escena ecuatoriana encontramos un elemento importante en la pregunta “¿Cuál es la identidad sonora del músico ecuatoriano?” (y es interesante pensarse también desde la pregunta “¿Qué hace que la música de Medellín suene a Medellín?”). Para Pedro Bonfim, cantante y letrista de Lolabúm, banda ecuatoriana, hay pistas en el sentirse relegado y menciona: “En Ecuador no hay una identidad como tal, nosotros no tenemos una música identitaria en el país y por eso mismo el indie se ha vuelto tan importante. Porque le ha brindado una idea de identidad a los jóvenes ecuatorianos de la mano de letras que hablan de los problemas económicos, sociales y políticos que vive una persona en un país subdesarrollado, pero con tanta riqueza natural como lo es Ecuador” (Conversación personal, 2023).

### **¿Qué formato me imagino?**

Otro paso importante al inicio es definir cuál será el formato del proyecto, claramente esto puede variar según su crecimiento, pero al pensar en qué es lo esencial para consolidar el sonido que se quiere y cuántos músicos se necesitan para ello, se da pie a saber qué es lo mínimo para que este funcione y pueda tanto tocar en vivo como producir en estudio. Aunque gracias a las herramientas tecnológicas que tenemos actualmente prácticamente podemos usar de manera digital cualquier instrumento sea en producciones o en el en vivo, es bueno

también pensar no sólo desde lo que se tiene a la mano en el momento, sino a futuro y a lo que se puede llegar con buenos músicos o una buena gestión humana en la contratación de estos. Es importante tener en cuenta que muchas veces este proceso es colaborativo con las personas que se trabaja y que es algo que debe irse clarificando a medida que el proyecto comienza sus primeras reuniones de trabajo. Para Daniel Gutierrez, cantautor y gestor de la ciudad más conocido como Delio, cuenta desde su experiencia “Hacer conciertos de cantautores o formatos pequeños es más rentable, los gastos tanto técnicos como logísticos se disminuyen considerablemente” (conversación personal, 2023)

Para lograr tomar la esencia de todos los integrantes, pueden realizarse sesiones de escucha grupales que permitan conocer lo que inspira a cada miembro e ir generando un vínculo artístico mucho más fuerte. Adicionalmente, es importante que todos los miembros estén en la misma tónica con el proyecto, que haya un acuerdo de inversión en el mismo y una proyección en conjunto, de lo contrario será difícil lograr la consolidación a largo plazo con el proyecto, porque las diferencias de norte pueden hacer que las relaciones entre miembros flaqueen o que el propósito que cada uno tenga con el proyecto sea diferente (algunos más por hobby y otros por profesión).

### **Aspectos musicales importantes para tener en cuenta cuando se empieza a hacer música propia**

A la hora de la composición en etapas tempranas de un proyecto podrían salir preguntas sencillas, por ejemplo: ¿qué tipo de acordes se quiere usar en las canciones?, ¿acordes triádicos o sencillos?, ¿acordes más complejos, con séptimas o novenas? O ¿Armonías agregadas con sonoridades más allá de lo común? También podemos hablar de las melodías y preguntarnos si queremos melodías simples, que no se muevan mucho ni tengan intervalos muy distantes, o melodías juguetonas, que se mueven por diferentes saltos largos y

cortos. También podemos preguntarnos por el ritmo: ¿querríamos ritmos pop, que estén siguiendo patrones regulares o ritmos amalgamados, o inestables? La música está para explorar y divertirse en ese proceso, pero estas preguntas, junto con la experiencia de los instrumentistas, pueden ayudar a definir mucho mejor la dirección a seguir con las primeras producciones.

Felipe Naranjo, en entrevista, menciona parte de su proceso creativo y de los muchos géneros que ha explorado y sigue explorando actualmente: “Luego de estar en diferentes proyectos con diferentes sonoridades desde el rock alternativo hasta el punk, me estoy arriesgando a experimentar con la música tropical como la cumbia y el vallenato” (2024). Esto nos habla de lo mucho que un artista puede abrirse en su carrera a explorar diferentes sonoridades, siendo esto un aspecto que revitaliza su parte creativa.

### **¿En qué vale la pena invertir a nivel sonoro?**

Una inversión fundamental a nivel sonoro es en un buen instrumento. Esto es garantía de que el artista podrá ser más fiel a cómo quiere sonar, pero también hay otras buenas inversiones que, si se pueden hacer, le servirán mucho a un proyecto, por ejemplo: invertir en buenos pedales o elementos adicionales que complementen el sonido que el artista quiere, también en una buena sala de grabación, que esté apta y acondicionada acústicamente para sacar los mejores resultados de las tomas, en trabajar con un productor con experiencia y que guíe el proceso de producción a un nivel más profesional, es decir, que alguien que sepa escuchar lo que la banda o el artista quiere lograr y tenga la capacidad musical para plasmarlo en el audio, también puede ser una buena inversión algunos elementos de sonido en vivo como una pequeña consola y un par de cabinas, puesto que pueden ayudar al artista a hacer eventos en lugares donde no hay equipos. Aquí es sumamente importante ser recursivos cuando no se tienen presupuestos muy altos, muchos nichos de trabajo son muy humanos y

brindan intercambios de sus equipos o espacios a cambio de servicios o de habilidades que pueden tener los músicos de los proyectos interesados en invertir, no sólo el dinero es la clave acá, también la autogestión tiene mucho peso. Como un referente local con quien asesorarse en estos temas podemos mencionar a Lovell, proyecto de Luis Martínez, que es un aliado cuando un equipo está dañado o requiere mantenimiento.

### **¿Qué hacer cuando no hay dinero para invertir?**

Al inicio muchos proyectos no tienen ningún presupuesto o dinero para invertir, también porque en muchos casos empiezan como hobby y sin ninguna ambición, pero tienen el deseo de hacer música. Es acá cuando hay que decir que lo más importante cuando se hace música es el deseo de hacerlo, si hay presupuesto mejor, podrá usarse para cubrir diferentes aspectos que pueden ayudar a que el proyecto crezca, pero las mejores herramientas son las que se tienen, hay muchos álbumes que se grabaron con una interfaz de 2 canales en un cuarto, con instrumentos MIDI y han terminado siendo referentes y generando movimientos importantes de la música alternativa; por ejemplo, *Habitación de Flagelos*, de Margarita Siempre viva (2017) o *Ahora*, de Luca Bocci (2017). Luis Martínez narra su experiencia reparando equipos y creando otros a precios asequibles para los músicos locales de la siguiente manera: “Con el hecho de reparar los equipos y hacer que sigan funcionando quiero creer que con eso contribuyo a que siga habiendo música y que suene bien” (2023). Este testimonio nos muestra que la creatividad frente a los diferentes retos que se nos presentan como artistas es fundamental y que para que uno pueda empezar a subir escalones importantes no es necesario siempre tener presupuestos de inversión muy altos, sino aprovechar realmente bien lo que se tiene y lo que la gente a nuestro alrededor tiene, desde que se empieza a edificar, a crear unión, canales de comunicación hay un gran paso.

## **Formación en música y audio**

Hay diferentes maneras para obtener conocimientos técnicos en música o audio que pueden ayudar a la producción y a la interpretación ya sea en estudio o en vivo. Hay carreras completas de intérprete en música, en universidades como la Universidad de Antioquia, Universidad EAFIT o la Fundación Universitaria Bellas Artes. También hay pregrados y tecnologías con un enfoque más ligado a la producción sonora, como Artes de la grabación y producción musical y Tecnología en informática musical en la Institución Universitaria ITM, y carreras ligadas a la dirección de arte, como Gestión Cultural, de la Universidad de Antioquia. También hay canales de formación más específicos como clases en academias particulares como Solo Rock, el Colegio de Música de Medellín, Musicreando, como también en la academia pública de la Red de Escuelas de Música de Medellín, las casas culturales de cada barrio que generalmente ofrecen programas de formación artística y también las clases personalizadas de músicos o personas relacionadas a estos sectores. Es muy importante para los músicos y agentes de la industria buscar canales de formación que les ayuden a ampliar su conocimiento y sus habilidades en el oficio, ya que esto es un factor importante a la hora de la creación y de lograr un buen producto tanto en vivo como en estudio. Cristian Múnera, en entrevista, habla de la importancia de la Tecnología en informática Musical, programa del ITM: “Desde que salió Informática Musical, llegó un conocimiento técnico a lugares donde antes no lo había y esto ayudó en gran medida a que mejorara la calidad de las producciones en el barrio” (2023). Con este testimonio podemos concluir que no se necesita mucho más que deseo para buscar tocar puertas, incluso en casi todos los barrios hay casas culturales o espacios de encuentro cultural que promueven clases a bajo costo o gratuitas y tienen profesionales que pueden brindar herramientas para que alguien decida seguir el camino en la música.

## **El Producto**

Para consolidar un producto que cumpla con ciertos estándares en la industria, es necesario hablar de diferentes aspectos a tener en cuenta. Dentro de estos, encontramos el proceso de producción sonora, el de producción visual y el de consolidación de un lenguaje propio. Estos tres elementos son la base de lo que hace del artista un producto consumible o personaje representativo, con una identidad marcada. A continuación, se hablará de los procesos visuales y de lenguaje.

### **Identidad Visual en la Cultura Alternativa**

Cuando hablamos de identidad visual, podemos encontrar una referencia importante en un concepto que ha ido perdiendo fuerza con el paso de los años: tribus urbanas. Un término que se acuñó en 1990 por el sociólogo Michael Maffesoli y que el periódico La Prensa define de la siguiente forma: “Estos grupos sociales están conformados por jóvenes entre los 12 y los 28 años, cuyos miembros se caracterizan por compartir una estética, unos valores, en algunas ocasiones una ideología y, en otras, son solo los resultados de un proceso de mediatización de nuevas modas o gustos en particular que los diferencia del resto de la población. Para la construcción de una nueva identidad, cuando se visten, se adornan o se comportan, siguen ritmos y costumbres que no pertenecen a la normalidad adulta, y es lo que les permite hacerle frente a la marginación, exclusión y desplazamiento del sistema”. Había muchas y muy diversas: los metaleros, los punks, los rastas, los emo, los rockeros, entre otras. Este concepto marcó ciertos patrones estéticos que muchos proyectos de música alternativa tomaron y que hasta el día de hoy siguen vigentes: por ejemplo, podemos hablar del uso del color negro en las bandas que tocan emo, metal o punk; podemos hablar del uso de taches metálicos en diversos estilos como el hardcore; podemos hablar de los dreads en la cultura reggae; podemos hablar también de los parches con logos de bandas clásicas; entre muchos otros objetos y símbolos visuales que, con el tiempo, se han consolidado como

elementos importantes de la cultura alternativa. Camilo Restrepo, en conversación, menciona que “las músicas más incidentes del mundo como el funk, el hip hop, la salsa, el jazz, el reggae, el reggaetón, el punk vienen de orígenes humildes y tienen muchos recursos creativos y estéticos porque hay narrativas que contar, cuando un artista se caricaturiza como un rockstar y se la pasa de fiesta se le acaban las ideas”.

Con el paso de los años, con la globalización y con la llegada de las plataformas digitales, las formas de consumir música cambiaron drásticamente y uno de sus efectos fue generar que, de una u otra manera, las tribus urbanas fueran menguando. Esto se menciona en un artículo del periódico virtual La Prensa en el que se dice: “En la actualidad, algunas personas afirman que la subcultura ha ido desapareciendo o no presenta rasgos sumamente característicos que los diferencie de la cultura dominante, por lo que resaltan en que el consumo masivo, la difusión de culturas a través de la globalización y la interconexión general de personas, lugares y productos en todo el mundo han sido capaces de transformar las formas en que las tribus urbanas se manifiestan”. Con esto podemos intuir que las personas al tener acceso a bibliotecas tan amplias de música empezaron a consumir diversos géneros, rompiendo con las barreras que marcaban estas tribus en su momento. Esta idea la resalta Luis Martínez diciendo “hoy las personas escuchan de todo” y también encontramos el testimonio de Esther Hernández que habla de lo que pasa en España actualmente con el indie y las tribus urbanas: “El indie actual se caracteriza por su capacidad integradora, que une en un mismo evento a gente de diferente extracción social, más allá de las tribus urbanas o grupos excluyentes; en el indie, en definitiva, “cualquiera” puede asistir a un festival sin sentirse fuera de lugar” (Hernández, 2020, p. 282). Camilo Restrepo, quién habitó la ciudad en el auge de las tribus urbanas narra “Mi proceso empezó en tiempos donde no había entornos digitales y eso marca mucho la diferencia con respecto a los proyectos que están empezando ahora, hay cosas que se mantienen, pero muchas otras han cambiado”.

En Medellín, como una de las ciudades principales del movimiento del reggaetón, podemos ver que el público comparte una gran tradición de diferentes géneros y que la diversidad del consumo de música es muy amplia. Como lo menciona el informe de Proantioquia de 2024, “desde el tango y el metal en el centro hasta la música tropical, el vallenato y la salsa en la zona de la 70, el punk de Castilla, la electrónica y el reggaetón en El Poblado, hasta la profunda pasión por la salsa y el tango en Manrique, esta ciudad es un mosaico musical” (Industria y Ecosistema de la Música - Reporte 2023 | Proantioquia, 2023, p. 11).

### **La Época y su Importancia en la Decisión Estética**

Si hacemos un recorrido por las diferentes décadas, cada una ha ido experimentando ciertos cambios estéticos que se han vuelto parte de la cultura popular del momento. Por ejemplo, cuando Soda Stereo surgió en los 80, sus vestuarios eran muy extravagantes, usaban peinados particulares que no habían sido vistos en Suramérica, algo traído de la cultura glam. En parte, gracias a esto tan novedoso en su momento, sumado a la calidad musical que tenían, terminaron generando visualización y volviéndose una de las bandas latinoamericanas con más renombre histórico en el mundo.



*Figura 2. Soda Stereo en 1984: Peinados extravagantes y vestuarios llamativos*

*Tomado de la revista Rolling Stone*

Por este tipo de historias es que se entiende que un buen concepto visual, acompañado de un desarrollo coherente en el trabajo de un proyecto, puede ser un factor diferenciador en la manera como se conecta con el público y en cómo se transmite con mucha más contundencia lo que quiere decir con su música. Hablando de este aspecto, Juan Sebastián Cáceres nombra el ejemplo de Duplat y menciona: “el man sale con pantalones anchos, con abrigos de piel y eso funciona, hace que la gente lo reconozca y sepa quién es él, esas características de los ochenta siempre están presentes en su estética” (2023).

### **El color como elemento visual y conceptual**

Dentro de los elementos visuales importantes a tener en cuenta en la construcción de una producción (sea concierto en vivo, lanzamiento de un álbum o una gira) encontramos el color. Al construir todo en conjunto bajo la misma idea, generamos una relación emocional de nuestro público con el proyecto y su estética. Esto hará que sea más probable generar

recordación en el oyente y que al encontrarse con este en su vida cotidiana lo relacione con el artista.

Los colores también transmiten mensajes de manera subjetiva y esto puede usarse de diversas maneras en la conceptualización. Si estoy haciendo un álbum con temáticas melancólicas, podrían funcionar más colores opacos, fríos, no tan estridentes. Por otro lado, si el proyecto tiene una onda más festiva, podrían usarse colores saturados, calientes y que sean más atractivos visualmente. Dentro del contexto de los géneros alternativos en Medellín, un buen ejemplo de eso podría ser *Hortalizas y Flores EP* de Bella Álvarez, cantautora que debuta con este trabajo en 2019 y en el cual usa colores muy brillantes contrastando con otros más opacos, que reflejan a la perfección la construcción sonora que tiene, ya que tiene canciones muy vivas y claras y otras muy oscuras y nostálgicas. Otro ejemplo podría ser *EV*, proyecto de Evelyn Delgado, que toma el color azul oscuro como algo que siempre ha estado en su estética y que con el pasar de las producciones se vuelve un elemento importante de la caracterización del proyecto. Andrés López habla de la importancia del detalle en los shows y cuenta una anécdota que lo ejemplifica: “con Mr. Bleat propusimos hacer un show de luces diferente a lo que normalmente se hace, porque tenemos que hacer que las personas salgan de un evento viendo que los cincuenta mil o sesenta mil pesos que invirtieron valieron la pena, así ganemos menos dinero, ese es el siguiente paso de Rockal con las bandas locales, crear shows inolvidables y que puedan competir con los de artistas internacionales” (2024).

### **¿Cómo Crear una Narrativa Visual?**

Al final, crear una imagen tiene un objetivo del que a veces no se es completamente consciente y es importante vislumbrar su importancia: La creación de una narrativa visual atractiva y coherente con lo que el artista quiere transmitir con su música, que convenza al público de por qué tienen que seguirlo e interactuar con él. Esto es algo que se va logrando

paso a paso, con método y con el acompañamiento de profesionales de diferentes índoles como fotógrafos, diseñadores, ilustradores, cineastas, desarrolladores de videoclips y creadores de contenido en redes, en los que vale la pena ir invirtiendo poco a poco a medida que el proyecto lo permita, pero cuando se tiene un presupuesto ajustado, se puede usar la creatividad para lograr buenos resultados. El caso de Higuita en Chanclas, referente actual del indie en la ciudad, nos muestra que hay ideas que están cercanas a nuestro entorno, como por ejemplo el fútbol y las camisetas retro, siendo este un recurso que ya se ha usado previamente en la música alternativa colombiana (como lo hizo Doctor Krápula en la década de los 2000), pero que este dúo lo lleva a otro nivel y lo convierte en un sello que está presente en su fotografía y en parte de su espectáculo en vivo. Algunas recomendaciones que se dan en etapas iniciales podrían ser:

- Escoger colores base o paletas de color que resalten la narrativa de las canciones o el trabajo del artista, esto servirá para todo, desde la selección de vestuario hasta para post en redes y para realizar un trabajo fotográfico mucho más consciente y bien estructurado. Es importante mantener una continuidad cromática, puesto que va generando una relación cercana con el público y ayuda a la comunidad del artista a identificarse con él, a pasar de ser un oyente a un fan.
- Para fotos o material audiovisual puede usarse el celular, muchos de estos tienen cámaras que sacan fotos de buena calidad y pueden verse bien, también en algunos casos se pueden editar en aplicaciones como Inshot donde se puede lograr estéticas visuales específicas usando filtros particulares. El plano o la idea de la fotografía depende mucho de qué concepto maneje el artista, en algunos géneros como el emo es usado el concepto de dar la espalda y no mostrar el rostro, en otros como el pop el rostro es sumamente importante para darle aspecto físico al artista.

- Cuando se quiere generar o conseguir un escenario atractivo para crear contenido, pueden usarse lugares de la vida cotidiana, es sólo afilar el ojo y encontrar ese posible escenario el cual se quiera retratar. Caminar por la ciudad y estar en constante movimiento por las afueras de esta también pueden ayudar a dar más ideas sobre qué lugares son buenas locaciones, e incluso en cada viaje, sea o no algo propio del proyecto, pueden hallarse locaciones o hacer un diario de campo con el cual contarles a las personas qué está haciendo el artista y qué lo inspira.

También, pueden usarse elementos de cualquier naturaleza que tengan algún tipo de relación con las temáticas, sea directa porque la música lo dice o indirecta porque se genera desde algo que el artista narra detrás de todo lo que hace, los símbolos son muy importantes para generar una conexión con las personas. En entrevista, Cáceres habla de todo lo que hace parte de un proyecto: “para que un proyecto funcione necesita muchas cosas, no sólo de un estudio de grabación bueno, sino también de una estética que funcione, de tener relaciones buenas con las distribuidoras, con las productoras de eventos, entre muchos otros agentes y, sobre todo, de tener fans. Cuando uno los tiene y conecta con la gente, realmente está del otro lado” (2023).

En Medellín hay diversos colectivos que trabajan con la imagen, los vídeos y la fotografía, podemos mencionar la labor reciente de Rática Colectivo, La Colinita cine, Tumbita, Vidaprimo, Jasonacas, entre muchos otros. Todos manejan estéticas visuales y conceptuales diferentes, hacer un escaneo y preguntarse ¿Quiénes están trabajando con los referentes de música local? puede ayudar a encontrar también respuestas importantes a la hora de buscar una identidad visual y un grupo de trabajo apto para el proyecto.

Sara Rodas habla de la actualidad visual en los artistas emergentes de la ciudad, señalando que “las bandas han mejorado mucho su portafolio de imagen, se han preocupado

por lo visual en sus proyectos”. Señala que “los recursos que tienen los obliga a tener un lenguaje visual bien armado en redes y plataformas digitales” (2023).



*Figura 3. Portada de Goli, primer álbum de Goli, banda de Medellín dirigida por Sara Rodas.*

### **Apropiación del Lenguaje y el Uso de la Narrativa Propia desde Este**

Uno de los elementos más importantes en las industrias creativas, y que más muta con el paso del tiempo, es el lenguaje. En primera instancia, necesitamos comunicarnos con el público y fortalecer el lazo que este tiene con el artista, lo cual se logra actualmente a través de dos medios: el físico y el virtual, por medio de redes sociales. Es un tema que hay que analizar a profundidad ya que hay muchas concepciones diferentes de este y, como figura pública que es un artista, es bueno saber a qué se está enfrentando y cuáles pueden ser las mejores maneras para hacerlo.

De entrada, se puede hablar de que nuestro contexto cultural nos limita bastante, ya que, al ser un país con tanta violencia de por medio, hablar de ciertas temáticas políticas o sociales siempre ha sido complejo. Sin embargo, en las generaciones actuales hay una tendencia a comunicarse mejor, lo que ha propiciado la creación de nichos de escucha y creación de música alternativa, y también ha ayudado bastante a la profesionalización, y a que el contacto con agentes importantes de la industria sea, de una u otra manera, más asequible para todos.

### **El Lenguaje como Puente entre Seres que Sienten**

Al pasar tanto tiempo inmersos en redes y en procesos creativos, los artistas pueden llegar a ver a sus seguidores de redes sociales o plataformas de escucha como números, lo cual deshumaniza la comunicación volviéndola algo mecánico que, de una u otra manera, desconecta al público. Por ende, es necesario plantearse la duda de ¿Cómo quiero conversar con mi público?, ¿qué quiero decirles? y ¿cómo se los quiero decir? En estas tres preguntas podemos ir encontrando varias respuestas clave, relacionadas al mercado y proceso de relacionamiento comunicativo que el proyecto esté planteando encontrar. Adicionalmente, generar diálogo y empatía con el público hace que no solo la persona consuma la música del artista, sino que sea parte de ella, que la vuelva parte de su vida y en esa relación íntima entre artista-público es que se empieza a construir una carrera musical orgánica. Esta se da cuando la persona se ve reflejada en lo que el artista narra en sus canciones y en la manera que el artista convive con su entorno. Cáceres aporta a esta idea diciendo “Las mejores maneras de comunicarse con los fans son las legítimas, las que no tienen una máscara que las define” (2023)

El lenguaje también define y delimita al mismo tiempo; este conecta diferentes fronteras, por eso, su uso inteligente y respetuoso puede hacer que encontremos nichos de

público diferentes a los que no esperábamos llegar o con los que no esperábamos conectarnos. También es importante saber que preguntar siempre será una nueva manera de abrir puertas, sea por redes en una publicación, por correo a algún *booker* o en persona con un fan de manera directa; el buen trato y la cercanía siempre hará que haya una conexión mayor con el público y una forma más fácil de acercarse a las personas que ya están posicionadas en la industria, sobre esto Cáceres apunta “El capital social es algo sumamente importante en la industria, algo que si se va cultivando bien puede ayudar mucho en el crecimiento del artista” (2023)

### **La Voz Propia**

En esa búsqueda por lograr mejorar la comunicación, es fundamental encontrar una voz propia. Esto puede irse vislumbrando desde preguntas muy sencillas como ¿cuáles son las palabras que me definen a mí y a mi proyecto?, ¿qué ideales defiende mi proyecto y son inherentes a él?, ¿de qué quiero hablar en mis canciones o de qué hablan mis canciones? ¿Cuáles son mis atributos de valor?, ¿cómo me percibe el público y los otros artistas? Si bien un artista va mutando con el tiempo y sus ideas junto a él, hay ciertas constantes en su trabajo que hacen que el público se fidelice.

Por ejemplo, Margarita Siempre Viva, banda referente de la música alternativa colombiana actualmente, habla en la mayoría de sus canciones de amor y desamor, y hace también referencias a otro tipo de vínculos como la amistad y el que se tiene con una mascota. Aunque la banda ha ido explorando nuevos aspectos y sonoridades en sus últimas producciones, el lenguaje ha sido un elemento de enlace y que genera cohesión en el discurso de la banda. Podemos ver esto en su forma de hacer los *copy* que usan en las publicaciones de Instagram y otras redes, ya que es la misma que han usado desde el comienzo, con un

lenguaje amistoso, un poco emocional y usando emojis como símbolos de conexión con sus oyentes.

También se puede ejemplificar con La Muchacha, cantautora manizaleña, que actualmente está radicada en Bogotá; su proyecto hace alusión a la mujer en un sentido amplio de la palabra, sus letras hablan de lo que vive una mujer en su día a día y a todo lo que se enfrenta, también toca realidades políticas y sociales que están presentes en Colombia. La Muchacha, dentro de su lenguaje, ha desarrollado una voz representativa dentro de los movimientos feministas y de izquierda del país, además, sus redes muestran esto, una persona legítima y que está muy firme en sus principios.

Juan Sebastián Cáceres, miembro de la agencia de *management* Bioma, nos cuenta su perspectiva del uso del lenguaje que tienen dos bandas referentes de la música colombiana alternativa: “Los Fumadores lograron entender Bogotá un poco y eso les dio una base de fans firmes que sostienen la banda, pero en otro contexto no sé qué tanto lo logren. Margarita Siempre Viva sí pueden pegarla en otros contextos, no es algo tan sectorizado a nivel de lenguaje” (2023). En este sentido, se puede ver que ninguna de las dos opciones es definitiva; puede ser que tomando un lenguaje particular de un lugar se sectoriza el público o puede que esto conecte con el público y genere una acogida mayor de un proyecto. Es una determinación que depende también de las aspiraciones del artista.

En el siguiente ejemplo, la canción *Mi barco* (2022) explora ese lugar común de las letras y el lenguaje de la banda, habla de temáticas que están presentes en sus narrativas como la sensación de querer escapar, el amor y los conflictos que surgen con este: “Escapo de mi barco / La noche es mi momento de actuar / Ya lo pensé / Debo saltar / Nadar un rato hasta llegar / A la orilla / Prométeme que irás a verme / Al morir / Prométeme que irás a verme / Cuando ya no quieras salir(ir)” (Vanegas, 2022, 202 s).



*Figura 4. Margarita Siempre Viva promocionando su álbum de larga duración  
Letanías del Jardín en 2020 Recuperado del fan page de la banda.*

### **Elementos para la Creación de un Lenguaje y una Narrativa Propia**

Hay diversos elementos importantes a considerar en la manera en la que un proyecto se expresa, tanto en redes como en vivo e incluso con sus equipos de trabajo, vamos a hablar de algunos que se recomienda tener en cuenta en el proceso de un proyecto emergente.

Lo primero y lo que más debe cuidar un artista es la coherencia, es decir, que el discurso que tiene frente a diferentes situaciones, posturas filosóficas o realidades sociales se mantenga o mute a algo que esté sostenido por argumentos vitales de peso. Eso no quiere decir que el artista tenga que estar de acuerdo con las masas o con alguna postura en particular, pero tiene que saber expresar esta con claridad y que esto a su vez, sea parte de algo atractivo para su público. Ahora bien, para cuidar la coherencia es importante ser legítimo y sincero con lo que el artista muestra, ya que el cuidado de esta será algo muy

similar a la esencia del artista, logrando así que no haya fisuras dentro de lo que este plantea. Juan José Gómez, músico relevante del circuito local, resume este tema en una frase: “el primer paso es simplemente tener algo que decir”, podemos volver a afirmar con esto, que la expresión honesta es el discurso con más fuerza que hay.

El segundo punto importante está ligado a la apropiación de la jerga de un lugar y cómo esta se vuelve parte de la identidad del artista, esto puede traer una sectorización del público o ser algo característico que ayude a crear afinidad con este, la decisión está mucho en varios factores tanto conceptuales como de género y las temáticas con las que se relacione. Pero es algo importante a tener en cuenta, puesto que puede ser un elemento estratégico en un plan de difusión o en un sello identitario del artista en medios tanto digitales como físicos. Para dar un ejemplo podemos usar el rock argentino, que tiene elementos muy característicos dentro de su lenguaje y su musicalidad como los tipos de palabras que usan por ejemplo “nena” y su acento que es bastante fácil de reconocer. Esto tiene la ventaja de que hace que sean fáciles de reconocer artistas como Gustavo Cerati, Luis Alberto Spinetta, Charly García o Fito Páez, siendo artistas que han generado un vínculo especial con su audiencia como lo menciona Luis Martínez en entrevista: “en Argentina hay demasiado fervor por sus artistas, ellos tienen sus razones históricas para que esto suceda”.

Otro elemento importante es el factor diferenciador, o eso que hace que las personas se enganchen a un proyecto porque tiene algo propio, este elemento puede verse en la música, en lo visual y también en la manera como un artista se comunica desde sus letras o en cómo interactúa con su público, como los hace parte de su comunidad y esto es vital, proyectos como Alan Sutton y Las Criaturitas de la Ansiedad lo hace de gran manera, logrando generar un vínculo directo con sus fans, lo que hace la difusión del proyecto vaya creciendo exponencialmente. Para ir logrando este elemento diferenciador es necesario cuestionarse cómo me leen o me perciben las otras personas sin saber por qué yo escribí o expresé esto o

aquello, puesto que cuando uno se para en el punto de vista del espectador puede notar baches o aspectos a mejorar en la comunicación. En conversación Alejandro Bernal, gestor cultural de La Pascasia, expresa: “me emociona ver los nuevos lenguajes que se forman a través lo alternativo, esas nuevas sonoridades o experimentaciones es lo que revitaliza la música y la cultura constantemente, que no nos quedemos enfrascados en unos discursos ya obsoletos, solamente porque así crecimos” (2024).



*Figura 5. Portada de “Algo tiene que cambiar” de Alan Sutton y Las Criaturitas de la Ansiedad recuperado del fan page de la banda.*

## **Canales de Difusión y Creación de Estrategias de Difusión**

Siempre que hablamos de canales de comunicación, es necesario entender que hay dos frentes por cubrir: lo virtual y lo físico. Descuidar cualquiera de los dos aspectos hace que un proyecto desaproveche la posibilidad de llegarle a un nuevo público y también lo desconecta de lo que está pasando en su medio. Por ende, es importante ir entendiendo las dinámicas de ambas partes para saber cómo abordarlas de la mejor manera.

### **Medios Digitales**

Los medios digitales son todos aquellos que están dispuestos desde la web. Hacen parte tanto las redes sociales como las plataformas de streaming, por ejemplo Instagram, Facebook, Tik Tok, Spotify, YouTube y Tidal, entre muchos otros. Estos sirven como medio de comunicación con el público que ya conoce a un artista y también pueden hacer que este sea descubierto por nuevas personas. En la actualidad son muy beneficiosos para generar tráfico nuevo e interacción con los procesos de artistas emergentes, pero hay que entender cómo lograr un mejor resultado desde las herramientas que se tienen a la mano con cada uno de los medios. De esto habla Juan Felipe Sua Martínez en su trabajo de grado “Marketing y comunicación digital para artistas emergentes pop en la fidelización de audiencias jóvenes” de la Pontificia Universidad Javeriana mencionando que “a lo largo de la historia, los avances tecnológicos han transformado la industria de la música tanto en su faceta de producción como consumo. En cuanto a esta última, actualmente se reconocen tres modelos de consumo musical: el tradicional (compra física de discos), el intercambio de archivos musicales, y el modelo de streaming (Vaccaro y Cohn, 2004). De acuerdo con IFPI (2021), desde el inicio de los 2000 hasta la actualidad, la industria de la música ha sufrido un cambio drástico respecto

al consumo, y con ello, la difusión y distribución de la música, siendo las ventas físicas el segmento que más se ha visto afectado por a la digitalización” (Alejandro & Andrés, 2021, pag 24).

Algunas recomendaciones para mejorar tanto el tráfico como la disposición y la forma como se abordan los medios digitales serían las siguientes:

### **Orden y Constancia**

Tanto en plataformas digitales como en redes sociales, lo más importante es mantener constancia en la publicación de música o de contenido. Esto ha cambiado significativamente con el paso de los años, puesto que antes los artistas se demoraban 3 o 4 años en publicar material nuevo. En la actualidad canales de formación virtuales como Mi Disquera, que brinda diferentes tips y consejos para artistas emergentes, mencionan que lo ideal es publicar música cada dos meses: “la frecuencia de lanzamiento que recomiendo es cada 6 a 8 semanas, ya que permite suficiente tiempo de promoción para cada canción y mantiene un *engagement* consistente con los fans” (Mi Disquera, 2025). Algo impensable en un proceso creativo y técnico con recursos limitados para expertos como Santiago Arango que menciona: “con lo digital hay una presión tan *tesa* con el modelo de Spotify... hay que llegar ya, de inmediato, a posicionarse porque están todas las posibilidades abiertas para esto, y eso es una mentira disfrazada de verdad. Muchos artistas caen en el síndrome del trabajador quemado porque hay que manejar las redes, estar acá y estar allá, es algo que si no se delega es imposible de cumplir” (2024). Es un tema que ha generado debate, puesto que estamos en un momento histórico donde hay mucha inmediatez, donde el público necesita estar consumiendo información a un ritmo que pocas veces los artistas logran llevar, pero puede haber matices en los cuales haya constancia y también tiempo para no saturarse con las redes sociales ni con las exigencias de las plataformas de *streaming*. Otra buena forma de mantener constancia es

publicando material en vivo de los conciertos o versiones acústicas, ese contenido igual generará rotación entre el público y las redes sociales, manteniendo al artista activo sin tener que crear material nuevo con tanta premura.

En el caso Medellín, los proyectos de música alternativa suelen publicar entre una y tres canciones en un año, y un álbum cada dos o tres años; un ritmo de publicación que no se adecua a las exigencias de las plataformas digitales y de la era del *streaming*. Adicionalmente, muchos proyectos al ver que no resulta rentable de manera inmediata, terminan por dejar de hacer música o tomárselo con mucha más calma, lo cual tampoco ayuda para nada a su crecimiento en el medio. Como menciona Camilo Restrepo, “esta es una carrera para toda la vida y de mucha paciencia” (2024).

### **Un Plan**

Cuando se quiere llevar un orden en la publicación de música se debe tener un plan donde más o menos se sepan fechas tentativas, cantidad de publicaciones en un periodo de tiempo, se especifique que tipo material se quiere lanzar y, por ende, se debe empezar a planear cómo se va a preparar ese material para el momento de su uso. Puede hacerse cada año y pensarse a plazos cortos, medianos o largos e irlo actualizando a medida que avanzan los procesos. Es importante para un proyecto emergente mantenerse activo, con constantes objetivos y tareas a realizar, puesto que la falta de orden y de claridad frente a lo que se quiere puede llevar a que un proyecto se desmotive, pierda impulso o incluso termine por separarse. Santiago Arango menciona sobre esto “Llega un punto donde si no se organiza un proyecto y se busca diversificar los ingresos, los proyectos se cansan, se desmotivan y empiezan a ir a mediacaña, hay que buscar las oportunidades que este mundo nuevo nos da y usarlas a nuestro favor” (2024)

## Colaboraciones

En la actualidad hay mucho uso de lo que en la industria se llama *feat*, es una herramienta importante, porque genera visualización entre el público de un artista diferente y eso da tráfico y visualización a ambos, pero es importante no volverlo una fórmula, es decir, mostrar tanto la voz propia, como la conversación con la voz de otros artistas, de lo contrario es probable que el público del artista a nivel propio no sea mucho y que sus métricas, sean la unión de muchos públicos de otros artistas. Para lograr buenas colaboraciones es importante ver con quien hay una relación artística y también hay una admiración mutua, esto puede ayudar a que la creación en conjunto genere muy buenos resultados. También, es importante que antes de cualquier producción o inversión en conjunto, las condiciones del acuerdo estén claras, ya que va a ahorrar inconvenientes y posibles problemas futuros a ambos artistas.

En Medellín, encontramos la colaboración reciente entre El Diestro y Reyner, pero también históricamente hemos visto alianzas importantes como la de Rey Gordiflón y Providencia, Margarita Siempre Viva y La Banda del Bisonte, Volcán e Higuita en Chanclas, etc. Camilo Restrepo, Vocalista de Providencia menciona “Esperaría que creyéramos como comunidad, somos un nicho muy pequeño y competir entre las bandas no trae nada bueno” (2024). Resalta también su proceso con Rey Gordiflón diciendo “Yo intenté hacer en los 2000 una unión con Rey Gordiflón donde ellos hacían versiones de canciones de Providencia y yo de ellos y nos funcionó muy bien” (2024).



*Figura 6 Portada de “Vanidad” Colaboración entre Reyner y El Diestro, artistas importantes del movimiento actual de música alternativa de Medellín, recuperada del fan page de los artistas.*

### **Actualizarse Constantemente**

Este punto se refiere a dos cosas en particular. Por un lado, es importante cada cierto tiempo cambiar fotos de perfil, actualizar las descripciones y la información con la que el usuario interactúa en redes sociales o plataformas. Por otro lado, también se refiere a que es importante para un artista estar constantemente analizando los cambios que van surgiendo en las redes sociales para usarlos a su favor, revisar esto aumenta la posibilidad de que un contenido tenga mucha más rotación. Estos cambios de fotos y contenido pueden hacerse cada vez que el artista tenga una actividad representativa, sea publicar música o un concierto importante, podrían pensarse cada año o cada año y medio. Santiago Arango resalta la importancia de la constancia diciendo que “puede sonar muy cliché, pero lo más fácil no es llegar, es mantenerse”, y enfatiza en el caso Alcolirykoz diciendo: “ellos han entendido los cambios tecnológicos que han ocurrido en la industria, en estos días estaba revisando la

página y me dejaron impresionado, tienen todo organizado: toda la música, la historia, el merch” (2024).

### **Ser Selectivo**

No es necesario para un artista usar todas las redes sociales, pero si sectorizar en cual puede funcionar mejor su música, esto depende de algunos factores como cuál es el público que más usa dicha red social, qué tipo de contenido mueve más el artista, donde ha tenido más impacto. Lo realmente importante es aprender a manejar alguna y trabajarla constantemente para que apoye su proceso, viendo cual es la que mejor impacto puede tener. Para esto, podrían analizarse diferentes criterios como rango de edades que más las maneja, poder adquisitivo de estas edades y que tipo de contenido quiere sacar el artista para promocionarse, es decir: imágenes, *reels* tocando música, vídeos conversando, entre otros. Podemos ejemplificar este punto revisando el caso de Juan José Gómez, más conocido como El Diestro, que usa Instagram como su red social principal porque aspira llegarle a un público joven adolescente y joven/adulto que oscila entre los 18 y los 34 años, este público usa en su mayoría con más frecuencia esta red social según datos de Mediaclick, que dice “Instagram le pisa los talones con el 37 % de público entre los 16 y 24 años, pero sumados a los usuarios de entre 25 y 34 años, es la red social líder con un 71 % de usuarios entre ambos perfiles.” (Santin, 2024).

### **Imagen y Lenguaje**

El detalle en la calidad de lo que se postea y su relación con la identidad que el artista propone marca la diferencia en cómo el público lo percibe y lo acepta, además de que lo vuelve parte de su vida diaria. Hay que procurar ser muy críticos en lo que se publica, sabiendo que las redes muestran una parte de nosotros que puede generar un vínculo emocional con las personas o por otro lado distanciar al público, es importante mantener

ciertos estándares de calidad en lo visual y lo sonoro, pensar las cosas con calma e intentar no ser sumamente emocionales e instantáneos, pensar a futuro y en hacer cada vez mejor las cosas con las herramientas que se tengan a disposición. Luis Martínez resalta la importancia del detalle de cada vez hacer mejor la cosas mencionando que “es necesario pensarse muy pulcramente, tratar la música bien, tratar los *shows* bien, cuidar los detalles” (2023).

### **Medios Físicos**

Al hablar de medios físicos se debe considerar que para un artista es importante estar en relación tanto con su público como con su entorno, o sea: los otros músicos, lo otro que pasa en el medio en el que se mueve. Esta conexión con lo que lo rodea y la actualidad no solo le brinda la posibilidad de aprovechar oportunidades sino también de detectar aspectos que no funcionan y se pueden potenciar. Es decir, ser consciente de en donde hay conciertos, quienes tocan, qué géneros han consolidado nichos interesantes, de que se está hablando en los lugares donde el público potencial está compartiendo y qué música se escucha en esos contextos. Podría ayudar mucho la creación de una *playlist* de los descubrimientos que el artista tenga para tenerlos presentes y no perderles el rastro.



*Figura 7. Concierto de varios artistas locales en Barnaby Jones, evento producido por Entre Árboles en agosto del 2022, fotografía por Miguel Restrepo.*

Algunas recomendaciones para integrarse a la llamada “escena local” y poder aprovechar esto como un medio de comunicación a favor del proyecto serían las siguientes:

### ***Ir a Conciertos de Música Local***

Es fundamental para un artista conocer lo que está pasando en su entorno, compartir en lugares donde la música alternativa toma un papel importante, disfrutando de lo que cada músico o proyecto tiene por aportar. Adicionalmente, no sobra decir que el respeto por los otros proyectos es fundamental, saber cómo acercarse sin ser invasivo e ir mostrando lo apasionado que es uno con el tema puede marcar la diferencia en su relación con el entorno y con los otros. En Medellín, el mayor exponente para tocar en vivo, ya varias veces mencionado es La Pascasia, también encontramos Club Líbido y recientemente surgió El Parche de Rúa. Sobre esto Múnera menciona “Hay un gran problema y está en que dentro del movimiento alternativo hay diferentes nichos, los cuales ignoran o desconocen otros movimientos diferentes al que pertenecen, esto hace que se dificulte la rotación de bandas y la asistencia a los conciertos de otras” (2023) esta apreciación nos muestra que dentro de los nichos alternativos también hay movimientos en zonas liminares, que poco se mencionan dentro de los movimientos de zonas céntricas o rosas de la ciudad; generando un obstáculo para la visualización de nuevos proyectos.

### ***Entablar Conversación y Relación con Otros Músicos, Gestores y Personas del Medio***

Cuando se empieza a tener una relación con diferentes músicos, gestores, dueños de lugares o diferentes agentes de la música, es bueno ir teniendo una comunicación constante con sus proyectos, sea invitándolos a tocar directamente o invitándolos a los eventos que se hacen como público, esto puede abrir puertas en diferentes espectáculos y además le brinda

visualización con nuevos públicos al proyecto. Algunas productoras de eventos que hay en la ciudad son Efecto Vinilo, Falso Ídolo, Rockal, Sol Oculto y Entre Árboles.

Rodrigo Canal, manager y director creativo de la agencia artística Efecto Vinilo, resalta la importancia de las relaciones presenciales entre los artistas con su entorno y menciona lo siguiente: “En los 80’s las bandas cogían una van y se iban a recorrer todo el país, tocaban en muchos lugares, les cerraban puertas y eso no los paraba. Uno tiene que tocar para muchos públicos para irlos convenciendo de lo que un proyecto vale, la era digital nos limita a creer que el único recurso importante son las redes sociales y no, hay mucho mercado en la presencialidad”. Es importante para un artista no perder el foco de lo presencial, actualmente hay una tendencia a creer que las redes son todo y si bien son importantes, en lo presencial, en el voz a voz y la relación con el entorno, hay mucho camino a recorrer para un artista.

### ***Ser Partícipe de los Mercados Musicales***

En Colombia no hay muchos mercados musicales, pero es importante asistir a ellos. Esto acercará a los artistas a diferentes agentes de la industria nacional e internacional y además, el hecho de que estos estén presentes, genera visualización de parte del agente hacia el artista y su deseo por consolidar un proyecto de buena manera en la industria. Podemos mencionar en Colombia el BIME y el Bomm en Bogotá, Circularart en Medellín y el Minec en San Andrés, Providencia e islas como los mercados más importantes del país, se realizan anualmente y han ayudado a que artistas de la talla de Nicolás y los Fumadores puedan hacer giras en países como México.

## ***Generar Relaciones con Industrias de Otros Lugares tanto Nacionales como Internacionales***

Uno de los retos más difíciles para un artista es lograr abrirse paso en otros lugares, para esto es necesario ir acercándose al funcionamiento de estos, saber que bandas están teniendo movimientos interesantes, que productoras están promoviendo el movimiento de música alternativa en el lugar. En este punto se hace mención especial a la escena y al movimiento de Boyacá, movido por Apto 101 desde Duitama, también a Bioma, agencia de *management* y *booking* de Bogotá y a Bota Roja Records desde Cali. Sobre esto, Luis Martínez menciona un elemento que complica la circulación entre territorios nacionales: “otros países tienen un territorio plano, nosotros tenemos un país separado por 3 cordilleras, lo cual hace mucho más difícil poder girar dentro del país” (2023). Santiago Arango a nivel internacional menciona “las bandas alcanzan un pico, bandas como La Banda del Bisonte han entendido que la única forma es abrir un mercado afuera, esto ahora es mucho más difícil que veinte años atrás, porque hay muchas más bandas afuera, hay mucha más información y mucha más gente demandando espacio. Si es difícil ganarse un lugar aquí imagínate en otro país, pero es posible proyectos como Margarita o Alcolirykoz son prueba de esto” (2024)



*Figura 8. Fotografía en concierto de Nopal banda Boyacense perteneciente a Apto  
101, productora aliada de Entre Árboles, foto por Juan José Díez*

## **Estrategias para Músicos: Agregación, Distribución, Lanzamiento y Mercadeo**

“Dar el primer paso entre ser un artista de YouTube y un artista de plataformas digitales es lo más difícil” (Gómez, 2023). En un proceso como este, todas las etapas son importantes; si alguna se salta y no se desarrolla de manera juiciosa y organizada, los proyectos pueden perder impulso u oportunidades de acción importantes. Los músicos pueden desmotivarse, llevando en ocasiones a la finalización de un proyecto, en especial en este último proceso que significa enfrentarse de lleno con el medio, con el público y con uno mismo cuando se lanza música. Cáceres, en su trabajo de grado de maestría, dice una frase que es muy certera: “Los jueces estéticos tienen una influencia grande en los hábitos de consumo de los demás agentes” (2023). Esto nos puede hacer pensar en que hay que buscar dinamizar las formas de comunicación para llegarle a diferentes nichos y perfiles de consumo de músicas diferentes.

En este componente del proyecto se hablará de algunos retos importantes para los artistas en la publicación de música y de algunas maneras de afrontarlos en etapas iniciales.

### **Agregadoras y Distribución**

Este se refiere al proceso de publicar la música en plataformas de *streaming* como Spotify, Tidal, Apple Music, etc. Se lleva a cabo a través de un agente que se llama *agregadora*, que se encarga de mandar la música a las plataformas digitales y recolectar las regalías que esta genere por reproducción; adicionalmente, proveen servicios de marketing y promoción en redes sociales.

Hay diferentes distribuidoras y cada una tiene sus diferentes tipos de planes para los artistas; por nombrar algunas que muchos artistas independientes toman, podríamos hablar de ONErpm, CDbaby, Distrokid, Amuse, Ditto, entre muchas otras. A la larga, las distribuidoras tienen un rol de intermediarios más que de apoyo para crecer en plataformas, simplemente se

encargan de realizar el envío de la música con condiciones aptas a las plataformas digitales para que estos las publiquen, pero, igual, usar las herramientas que ofrecen es importante para figurar como un proyecto comprometido. En un artículo de ALRIGHT, empresa que trabaja como representante legal de artistas, se menciona lo siguiente sobre estas: “Las agregadoras de música han tenido un impacto significativo en la industria musical en los últimos años. Anteriormente, era difícil para los artistas independientes llegar a un público amplio debido a la falta de recursos y la dependencia de las discográficas. Las agregadoras de música han democratizado la industria musical, permitiendo que cualquier persona pueda subir su música y distribuirla a través de plataformas digitales” (Correa D. 2023).

Algunas recomendaciones importantes frente a la selección y el uso de estas podrían ser:

### **Selección**

Hay diferentes aspectos a tener en cuenta cuando se elige una agregadora para empezar a trabajar con ella; dentro de estos encontramos: revisar que incluya las plataformas de *streaming* en que nos interesa estar, comparar el modelo de negocio de cada una y cuál nos resulta más beneficioso, revisar si brindan el servicio de *pitching* para algunas *playlist*, revisar qué tan buena es la atención al cliente y el soporte virtual. Según GuitarRec, estas podrían ser unas buenas opciones para empezar con sus respectivas características:

**DistroKid:** actualmente es uno de los distribuidores digitales más populares y accesibles online. Ofrece tarifas de suscripción asequibles, distribución en más de 150 tiendas digitales, una herramienta de promoción de música y una interfaz fácil de usar. Aunque extras como el Content ID o mantener nuestra música una vez finalizada la suscripción pueden llegar a ser un poco caros.

**TuneCore:** Lleva mucho tiempo en el juego, ofrece la distribución en más de 150 tiendas digitales, incluyendo Spotify y Apple Music. También ofrece servicios adicionales,

como *publishing* y herramientas de promoción de música. La empresa está en EE. UU. (NY), y siempre ha sido una de las más caras, pero acaban de estrenar nuevos planes más asequibles y un modo de suscripción competitivo con otras plataformas.

**CD Baby:** Es otro de los distribuidores digitales que llevan más tiempo ofreciendo la distribución en tiendas digitales y plataformas de *streaming*. También ofrece la posibilidad de distribuir en formato físico, como CD y vinilo. Además, CD Baby tiene precios muy competitivos y una comunidad de artistas y expertos en la industria musical que pueden ayudar a los artistas a crecer su carrera musical.

**La Cúpula Music:** Empresa creada en Barcelona con todas las características de un buen agregador digital, por supuesto soporte en castellano e inglés y numerosos extras para la gestión de tu proyecto musical, como fabricación de vinilos, CDS, diseño y promoción musical.

**Imusician Digital:** Otra de las alternativas a tener en cuenta. La empresa Suiza, dispone de un buen soporte en castellano, aunque en 2023 modificaron sus planes a modo de suscripción anual. Aquí tienes un descuento del 15% en Imusician, si te registras con este enlace. Sin duda, una buena opción a tener en cuenta.

**OneRpm:** La empresa fundada en Brasil, cada vez tiene más adeptos. Su modo de gestión de la distribución digital de música es muy claro: a cambio de un 15% de las ganancias en *streaming*, ofrecen la distribución de música de forma gratuita. También ofrecen la posibilidad de gestionar *publishing* y promoción a proyectos seleccionados e incluyen la función de *split* para reparto entre varios usuarios. Sin duda una de las mejores distribuidoras musicales gratuitas a elegir del momento. (Actualizado: actualmente, OneRpm ya no está disponible de forma gratuita y funciona con sus artistas y ha migrado a OFFstep los proyectos y distribución de música en proyectos independientes)". (Martínez, 2025).

## **Enviar un Pitch de Canciones, tanto a la Agregadora como a Spotify y Amazon Music**

Aprende a redactar un buen pitch es algo fundamental para los proyectos de música independiente; hay sitios que hablan de diferentes formas o aspectos a tener en cuenta en el proceso de construcción este, de los cuales podemos resaltar algunos como: la redacción, la ortografía, lograr comunicar en pocas palabras qué géneros incluye la propuesta musical, cuál es la intención de la letra y cuál es la proyección a futuro del proyecto. Pablo Chilito ofrece su perspectiva en “Alterno y líquido: dinámicas en la era del *streaming* en la escena musical alternativa bogotana”, diciendo: “Un buen pitch debe empezar con una descripción corta del artista, quién es y de dónde viene. Debe explicar la categoría de la canción: sencillo, EP, álbum. Seguido debe desarrollar el concepto detrás de la canción y acabar con una descripción sistematizada sobre a qué suena la canción: bedroom pop, dreamy, indie, etc...”. Adicionalmente se puede agregar información sobre planes de marketing del lanzamiento: videos, fotos exclusivas, colaboraciones”. (Chilito 2022, p. 73).

## **Registro de obras en la DNDA**

Antes de lanzar música, una de las cosas más importantes es realizar un registro de letra y música en la Dirección Nacional de Derechos de Autor, un proceso sencillo que se puede realizar a través de su página web. Para ello es necesario contar con un documento donde esté la partitura de la melodía principal con letra; esto es algo que ellos piden para hacer el registro y poder adquirir los derechos con compositor, intérprete y productor de la obra. Andrés Vélez narra sobre esto: “la falta de educación, en derecho que es la base de todo, la falta de procesos estandarizados, yo siento que aún está muy pobre en los nichos alternativos” (2023), esto nos da a entender que una de las grandes dificultades que se perciben dentro del ecosistema local es la poca consciencia que hay frente a estas herramientas que salvaguardan la obra de los artistas emergentes.

## **Regalías y Sociedades de Gestión Colectivas**

Sayco y Acinpro son entidades encargadas de la gestión de derechos de autor en Colombia. Por un lado, Sayco se enfoca en los compositores recaudando regalías por composición de obras, protegiendo su trabajo intelectual y otorgando licencias a bares, emisoras y establecimientos públicos para que puedan usar de manera legal obras musicales. Acinpro, por su parte, se enfoca en intérpretes y productores fonográficos; esta recauda derechos conexos que son aquellos que se generan por interpretación, garantiza el pago a productores y artistas por ejecución pública de sus obras y supervisa el uso de fonogramas en medios de comunicación. Es importante para los artistas ser parte de estas dos entidades (o de la que más le favorezca), ya que, aparte de ser una entrada importante a nivel económico, también los cuida y los protege en su oficio. Vélez en entrevista habla de un diplomado que se dicta en la Universidad EAFIT y donde se puede obtener un aprendizaje importante del funcionamiento de las leyes en la industria musical “yo estuve en el diplomado de EAFIT de la mano de Camilo Restrepo que se basa en darle a los artistas herramientas de derechos de autor, derechos conexos y de regalías. Creo que es una gran oportunidad para todo aquel que quiere entender mejor la industria y tener herramientas para trabajarla” (2023)

## **Lanzamientos, Conciertos en Vivo y Mercadeo**

Luego de la distribución, el proceso de lanzar música debe ir de la mano de un plan de mercadeo y una serie de conciertos en los cuales el artista presente su lanzamiento; todo esto sumará tanto a la visualización en *streaming* como al público orgánico físico que el artista convoque en vivo. Este público es el más valioso, porque en la actualidad los conciertos son lo más rentable en la industria de la música y quien esté dispuesto a pagar una entrada por un show de un artista emergente es un posible fan y es a quien hay que convencer y seguir convenciendo de la valía del artista.

Para estructurar mejor un proceso de estos se pueden seguir las siguientes recomendaciones:

### **Selección de lugares y artistas con los que se quiere tocar**

Una de las primeras fases de la planeación de una serie de conciertos y de un lanzamiento es la selección de lugares y artistas que serán parte de los shows en los que se va a tocar. Es importante pensar en dos aspectos: uno artístico y otro económico. Por un lado, es importante que tanto el lugar como los artistas tengan una conexión con la música que se está lanzando, es decir, que susciten alguna sensación o sentimiento similar. Por otro lado, es importante que sean propuestas viables a nivel económico; es necesario ser consciente de que al inicio es mejor no tomar riesgos tan altos y más bien ir creciendo paso a paso. Por ende, hay que buscar un balance entre ambas cosas para lograr los mejores resultados posibles; por ejemplo, *bookear* un lugar en el que puedan estar 400 personas cuando mi público no llega a 200 es innecesario, a menos que la oferta del lugar sea muy buena. También es necesario tener en cuenta las condiciones del *backline* y del sonido del lugar, puesto que para un artista emergente no es rentable alquilar muchos equipos en sus primeros conciertos, por eso es mejor intentar que el lugar provea dentro la negociación ambas cosas. Sobre esto, Rodrigo Canal menciona: “desde 2011 que yo empecé a hacer eventos siempre hemos tenido la dificultad de no tener muchos lugares disponibles para hacerlos. Hace poco que estuve en México, allá hay lugares de todos los tamaños para 100, 200, 400, 600, 800, 1000 personas y así sucesivamente, realmente dentro de Medellín sólo hay 3 lugares bien dotados a nivel de *backline* y sonido, entonces mi pregunta es ¿Cómo hace uno una ruta de crecimiento sabiendo que no hay una ruta?. Ósea, tenemos *venues* de 300 personas y otro de 2000 personas, pero no hay puntos medios lo cual hace que no sea rentable dar saltos tan grandes” (2023). En la escena bogotana, la creación de diferentes *venues* generó un crecimiento importante en la industria alternativa de la ciudad; de esto habla Cáceres en su trabajo de

grado “Para finales del 2014 ya se puede rastrear una escena consolidada en circuitos de *venues* (La Roma Records, Latino Power, Boogaloo, Armando Records, Matik Matik, Casa Zeb, Casa KB, Casa Ensayo)”. (Cáceres, 2023), 6 de febrero, p. 92).

### **¿Cuántos Conciertos y Dónde?**

Hay un error frecuente en proyectos emergentes y es que tienden a realizar espectáculos muy seguidos en el mismo lugar. Es importante dar espacio temporal entre estos para que el público se refresque y la convocatoria sea realmente buena; además, es bueno también pensar en variar de lugar o zonas en la ciudad, ya que abrirá las puertas a que otro público habite las presentaciones en vivo. Sobre esto, Rodrigo Canal dice: “a veces pasa que hay mucha saturación de eventos y sumándole también, que a veces terminan siendo los mismos eventos, porque acá la oferta no es tan alta, uno siente que es el mismo evento, en el mismo lugar” (2023).

### **Las Primeras Giras**

Las primeras giras o salidas de ciudad de origen del artista hacia un nuevo territorio son una inversión importante pero absolutamente necesaria, más porque hay ciudades con más movimiento de música alternativa como Bogotá y Medellín; para los artistas de Medellín es importante acercarse a la capital y conocer su industria, incluso esto les abrirá puertas en su ciudad de origen y les ayuda a posicionarse en el mercado nacional e internacional. La mejor manera de ir creando relación con proyectos de otros lugares es estar constantemente escuchando música nacional, viendo qué va surgiendo y tocando puertas, escribiéndoles, buscando generar esas alianzas, puesto que muchos proyectos también están en planes de girar y lograr esa relación que es tan beneficiosa para ambas partes. Sobre esto Canal menciona “Si uno se queda tocando en los mismos lugares y a las mismas personas no va a

crecer, hay que buscar afuera, así no sea rentable al principio hay que irse abriendo camino”  
(2023)

### **Comunicados de Prensa**

Uno de los pasos más importantes en un lanzamiento de música es el envío a tiempo de los comunicados de prensa a los medios de difusión, donde se les cuenta del proyecto, las fechas de lanzamiento, el plan que se tiene y se profundiza en aspectos conceptuales y artísticos. Es importante mandar un comunicado de prensa con mínimo una diferencia de dos semanas, para que los medios tengan tiempo suficiente para leerlo y generar contenido de difusión. Hay un vídeo informativo sobre este tema que tiene El Caído Reviews en su cuenta que sirve mucho para más o menos entender cuál es la mejor manera de hacerlo y qué hay que tener en cuenta, puede ser consultado en la bibliografía. Algunos elementos importantes a tener en cuenta son que en los comunicados de prensa el proyecto debe mostrar su validez, debe contar por qué es importante y hacia qué público está dirigido; para ello se habla de la historia detrás de las canciones y de la proyección que el proyecto tiene, se pueden agregar imágenes como referencias visuales, ya que estas ayudan a captar la atención tanto de los medios como de las personas y se pueden expandir las ideas más a profundidad que en un pitch para contar historias completas que sean relevantes para el receptor.

### **Merch y Venta de Objetos**

Otra cosa que no se puede descuidar en los lanzamientos es la generación de mercancía; esta puede generar un buen lucro económico para los artistas y ser un puente que brinde un vínculo más fuerte con sus fans, es una inversión muy importante y no tiene que hacerse en grandes proporciones. Se puede empezar con cosas pequeñas como pines, calcas, posters e ir avanzando hasta pensar los discos y hacer camisetas o ediciones especiales de los

álbumes. Esta es una herramienta que ha facilitado las dinámicas de producción actuales; sobre la importancia de esto, el libro Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales dice:

Para muchos jóvenes que desean hacer artes visuales y no logran exhibir en galerías ni museos, las escenas alternativas online y offline están facilitando autogenerar otros modos de informarse, crear y comunicar. Estamos comprobando que, frente a los filtros impuestos por la concentración de la producción editorial y musical en unas pocas empresas, las nuevas vías de creación en red de revistas, blogs y sitios de intercambio abren tramas sociales a la creatividad, un interjuego más allá de la industria de libros y discos. Con los dispositivos digitales van inventándose modelos de comunicación transnacional independiente, festivales no regidos por la mercantilización. Acceden a las artes visuales, a la creación literaria y musical, sectores –y aun países– que estaban excluidos, y ahora encuentran modos distintos de compartir, *remixear*, difundir y valorar los bienes culturales” (Jóvenes, Culturas Urbanas y Redes Digitales, 2012).

Podemos decir entonces, que uno de los grandes beneficios de la actualidad es la cantidad de herramientas que los artistas pueden usar para comunicarse y la facilidad con la que ahora se puede llevar a cabo procesos como por ejemplo el de prensar un álbum o sacar un libro autobiográfico, cosa que hace unos años era impensable para proyectos que no estaban consolidados en un circuito nacional o incluso internacional.

En la escena española, Esther Hernández habla sobre un elemento que marcó notoriamente la diferencia dentro de los medios físicos de difusión: el uso del fanzine. Sobre esto menciona: “En España se llegaron a contar hasta 400 fanzines gracias al recopilatorio que hizo Elena Cabrera, Indigestión de Fanzines, en 1994. Posteriormente, en la revista Factory (nº5, enero-marzo de 1995), se publicó un dossier sobre 100 fanzines de la época.

Muchos fueron el germen de los sellos discográficos independientes al regalar algún cassette o vinilo: Subterfuge, La Línea del Arco (Elefant) o Neurótica (Goo Records), o, al contrario, con fanzines que empezaron a publicar sellos, como Zonas de Obra (Triquinoise), Noise Club (de Por Caridad) y Ojo de Pez (Siesta) (Jenesaispop, 2013)” (Hernández, 2020). Además, resalta la recursividad para narrar: “Esta trayectoria es similar en el indie, aunque más que por músicos, las compañías independientes que copan la producción artística de las bandas surgen, en muchos casos, de fanzines de aficionados a la música alternativa con grandes dosis de amateurismo. En estos dos escenarios el “*do it yourself*” (lema del movimiento “punk” por antonomasia) recorrerá su espíritu”. (Hernández, 2020).



*Figura 9. Versión física del álbum de Iconauta (Banda Bogotana) fotografía recuperada de la página de shock*

### ***Festivales Privados***

Con respecto al tema de festivales privados, hay diferentes maneras de poder estar en su radar: La primera es presentándose a los puestos por convocatoria que habitualmente presentan en redes sociales, otra manera, más orgánica depende del crecimiento en números y público del artista, en este punto tener un buen mánager que conozca las dinámicas de la industria local y nacional puede ayudar mucho a mejorar la visualización que tienen los *bookers* sobre el proyecto. Adicionalmente, el movimiento constante también puede ayudar

mucho a llamar la atención de los festivales, la constante publicación de música, el manejo de redes sociales, donde se vea la interacción del público con el artista es vital, además es importante también mantener un *brochure* actualizado con toda la información de la banda para presentarlo a diferentes personas que pueden estar interesadas en adquirir los servicios del artista. Sobre esto, Sebastián Cáceres menciona que “al final todo es de nichos y de parches, el capital social que es algo que por ejemplo Duplat ha generado y cuidado, es lo que convence a los empresarios de que es un proyecto serio y con potencial” (2023). Esto resalta la importancia de la cercanía con los nichos de música alternativa y en que ir exponiendo el proyecto en focos donde pueda ser atractivo, puede llevar el proyecto a eventos importantes y a tener relevancia local y nacional.



*Figura 10. Fotografía luego del concierto de un lanzamiento del Diestro en Casa*

*Sonata en agosto del 2023, tomada por Juan José Díez*

## **Convocatorias de Estímulos, Espacios, Festivales Públicos**

### **Convocatorias Públicas**

Medellín tiene alrededor de quince convocatorias anuales de estímulos específicamente para músicos que pueden ayudar a financiar un proyecto emergente o a un músico que quiera ir creando las bases de un proyecto. Por ejemplo, las convocatorias de estímulos locales que salen entre los meses de febrero y marzo habitualmente y existen varias en las que un proyecto de música alternativa puede inscribirse, como las de circulación local que brinda entrada a las fases eliminatorias del Festival Altavoz, las de creación musical que están dispuestas a la generación de productos de alta calidad y con impacto social y las de agenda cultural, que están abiertas para que los artistas locales sean parte de los eventos anuales de la Alcaldía de Medellín como la Fiesta del Libro. Para ello, hay que estar atento a las páginas de la Secretaría de Cultura, la Gobernación y de la Alcaldía, ahí se publican todas las convocatorias. Si se presenta un buen proyecto, bien redactado y con una propuesta interesante para ellos, puede ser la forma de lograr financiar ciertas inversiones importantes como la grabación de un álbum o de un videoclip. Para poder aspirar a ganarse una convocatoria es necesario crear proyectos que tengan un impacto social o cultural más allá del proyecto, es decir, es importante darle a entender a los otros por qué el proyecto es importante para las poblaciones a las que se dirige y cuál es el impacto que este está teniendo y puede tener en dichas poblaciones.

El problema de las convocatorias es que son sumamente competidas y que son pocos los ganadores por año. Por ende, aunque es una buena fuente de ingresos, es importante que el proyecto también se aprenda a autogestionar, de manera que no dependa de este tipo de recursos, sino que, si se logra, sea algo que empuje al proyecto y le permita alcanzar nuevos objetivos, no sostenerse a partir de ello. Sin embargo, es una posibilidad económica muy

importante para los artistas locales y que puede traer grandes beneficios también en otros aspectos como la difusión y la creación de productos de alta calidad.

## **Espacios**

Medellín cuenta con diferentes lugares en los cuales hay una circulación de las músicas alternativas: desde salas de conciertos, lugares donde las personas comparten alrededor de la música y la comunidad alternativa, hasta bares y plazoletas privadas con comercio nocturno. Conocerlos, vivirlos y analizarlos es parte de la tarea que un músico de la ciudad debe hacer para generar un plan de difusión con su proyecto, ya que en estos habita una gran parte del público que muy probablemente consumirá su música.

Dentro de los considerados lugares donde la cultura alternativa habita se pueden mencionar: la plazoleta de la Villa del Aburrá, las Torres de Bomboná, la Curva, el puente de la 4 Sur, el Parque de los Deseos, la Biblioteca Débora Arango, entre otros. Hay escenarios donde se hacen conciertos públicos con regularidad, como el Teatro al Aire Libre Carlos Vieco, también salas de concierto como la ya mencionada Pascasia, el Teatro Matacandelas, Club Libido, Salón Masaya, entre otros. Adicionalmente hay bares donde se hacen presentaciones en vivo como Dopamina, Persona, La Razón, Barnaby (Envigado) y El Parche de Rúa. En la escena de España se ha visto que los artistas que se han logrado consolidar invierten su presupuesto en crear espacios, comprar equipos y brindar servicios que fortalecen la cadena de producción de música alternativa, de esto Ester Hernández en su tesis doctoral menciona: “el nacimiento y consolidación de una industria alternativa generó un espacio autónomo, el del indie, como campo alejado de otros poderes que se regía por un criterio independiente y por sus propias reglas, con su lógica de funcionamiento y una estructura característica que priorizó el hacer una música alejada de los preceptos del mercado para virar a caminos propios, cercanos a la ideología del “arte por el arte”, sin

interferencias de agentes externos, con otras miras más allá de las puramente artísticas.” (Hernández, 2020). Esto es muy dicente, puesto que si queremos que la industria local se desarrolle y crezca, se necesita que se siga invirtiendo en infraestructura y en crear un circuito local que se extienda desde etapas primeras de creación como lo son las salas de ensayo, salas de grabación y producción, hasta *venues* medianos y grandes donde presentarse.

### **Festivales Públicos**

Antioquia tiene una red importante de festivales públicos que ha cobijado en parte el movimiento y el intercambio de proyectos de música alternativa en todo el departamento. Festivales como Altavoz Fest, Rock Al Rio, Viboral Rock, El Quitasolfest, Urabá Grita Rock, Frontino al parque, Rock a la Perra, Granada Rock, Más que Sonidos, Tambo Rock, Festival Páramo, Festival Zona 2, Sabanetoke, entre otros; han sido ejes importantes en la preservación y creación de nichos de música alternativa, ya que han combinado referentes históricos de la música alternativa con proyectos emergentes y sonidos nuevos.

Estos festivales presentan una buena oportunidad para los artistas, ya que en cada uno hay una serie de plazas que se otorgan por convocatoria y generalmente tienen un pago significativo con el cual un proyecto puede irse financiando. No es fácil, puesto que son pocas plazas para la gran cantidad de artistas y proyectos que se presentan, en este punto el cuidado por el detalle, el poder de convencimiento que tiene el proyecto y la solidez de su trayectoria se hace fundamental para tener más posibilidades. Por otro lado, en caso de no querer entrar por convocatoria, podría venderse el proyecto a los organizadores mostrando el impacto que ha tenido y está teniendo este en plataformas digitales y otros eventos, ya que generalmente ellos buscan proyectos que están resonando con el público y el mercado alternativo. Para esto puede consultarse en la página web de cada festival su correo y hacer envío del *brochure* del proyecto, donde se le presente y estos puedan revisar la información.

## Conclusiones Finales

Medellín es una ciudad que tiene un potencial enorme a nivel de música alternativa: Tiene proyectos con mucho talento, un crecimiento importante en las capacidades técnicas, hay colectividad entre las bandas y los artistas, tiene un mercado musical como lo es Circulart, un festival público con trayectoria como lo es Altavoz, un ente como la Red de Orquestas que provee músicos de gran nivel, tiene varios lugares que se han convertido en epicentros de encuentro importantes del ecosistema alternativo como La Pascasia, un sistema de transporte que permite conectar diferentes sectores de la ciudad y es un lugar turístico que termina recibiendo a muchos artistas internacionales, pero, hay diferentes factores que afectan el proceso de crecimiento o consolidación de esta industria.

Por un lado, la falta de educación y conocimiento dentro de los músicos locales sobre como monetizar su trabajo, el funcionamiento de la industria, sus derechos y responsabilidades como artistas, plataformas de *streaming*, el manejo de redes sociales, entre otras cuestiones que limitan las posibilidades de estos jóvenes. Por otro lado, hay ciertos retos y dificultades externas que afrontan los proyectos como limitaciones de espacios, mucha oferta y poca demanda por parte del público que es exigente y difícil de convencer y, por último, en temas de difusión hay una carencia de medios que le apuesten a la música alternativa, hay muy pocos como Radiónica, Hágala U y Sin Señal, esto obviamente hace que el público no se expanda tanto como lo hace por ejemplo en Bogotá. Andrés López comenta: “antes había medios pero se fueron agotando porque no resultaba viable para ellos y tampoco habían tantos proyectos, ahora hay muchos proyectos y hay que seguir promoviendo los conciertos para que la gente se motive a crear medios alternativos” (2024), y Rodrigo Canal apunta que “no se pueden descuidar los medios físicos, son sumamente importantes y ahora con la virtualidad se nos olvidan estas herramientas” (2023).

La mejor manera de ir logrando ese contacto con el público es seguir haciendo música y hacerla cada vez mejor, buscar mejores estrategias para promoverla en redes sociales y medios físicos, seguir tocando y haciendo shows cada vez mejor producidos, generar vínculos con los artistas que vayan surgiendo y que la comunidad local se siga expandiendo, con el tiempo esto podría hacer que más personas quieran ser parte de esta desde diferentes roles, como medios de comunicación, gestores, técnicos, entre otros que son sumamente importantes para que se siga expandiendo, además, es importante intentar generar un vínculo con otros proyectos nacionales y generar intercambios de lugar a lugar, en esa asociación hay mucha fuerza y brinda la posibilidad a los proyectos de conectar con públicos diferentes ampliando las fronteras de escucha.

Sólo queda seguir siendo valientes en nuestro hacer y disfrutar el proceso mientras lo vivimos, el músico alternativo tiene un componente de expresión e identidad en su música importante que le brinda nuevas ideas, recursos creativos musicales y líricos que conectan con individuos, ahí está su riqueza y lo más valioso que tiene. Hay que seguir trabajando para que en algún momento se pueda desarrollar una ciudad con argumentos para decir que la industria de la música alternativa está consolidada y que de esta se puede vivir dignamente.

## BIBLIOGRAFÍA

Abanto. (2020). Autogestión para músicos. Blog.

[http://blog.pucp.edu.pe/blog/gestion360/2020/06/20/autogestion-para-musicos/?fbclid=IwAR1amFkW7LjeoXLqTA5O67Uu\\_02HPfMAoUNapWAWUS01IkZ2a3uplFicaI](http://blog.pucp.edu.pe/blog/gestion360/2020/06/20/autogestion-para-musicos/?fbclid=IwAR1amFkW7LjeoXLqTA5O67Uu_02HPfMAoUNapWAWUS01IkZ2a3uplFicaI).

Angulo, A. (2019). La difusión de la música alternativa en la comunidad virtual (Serie Magister vol. 274). Universidad Andina Simón Bolívar.

<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7139/1/SM274-Angulo-La%20difusion.pdf>.

Arango, S. (2022). La era de la Hipermúsica.

Bejarano, E. H. (2021). La independencia imaginada. Una sociología del indie en España.

<https://doi.org/10.14201/gredos.144493>.

Berberana, E. (2024, 14 noviembre). El «pelotazo» de los festivales en España: flores, música, vaqueros y alcohol. Libre Mercado.

<https://www.libremercado.com/2018-07-11/el-pelotazo-de-los-festivales-en-espana-flores-musica-vaqueros-y-alcohol-1276621857/>.

Cáceres, E. J. (2001). Música e identidad. La situación latinoamericana. Revista Musical Chilena, 55(196). <https://doi.org/10.4067/s0716-27902001019600007>.

Cáceres Lara, J. S. (2023). Alterno y líquido: dinámicas en la era del streaming en la escena musical alternativa bogotana. Repositorio Universidad Javeriana.

<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/63437>.

Cadencia (@cadenciapodcast). (s.f.). Con Cadencia de Mujer.

Cadencia (@cadenciapodcast). (s.f.). Instagram. Recuperado de

<https://www.instagram.com/cadenciapodcast/>.

- Catalina, P. S. (2019, 23 enero). La música alternativa en Bogotá : Experiencias socio-artísticas de los músicos en la escena local y en la industria musical. <https://repository.urosario.edu.co/items/737869a7-b09c-4ed9-b4c6-36984211daac>.
- Correa, D. (2023, 8 marzo). Agregadoras de música: ¿Qué son y cómo funcionan? ALRIGHT. [https://alright.com.co/blog/agregadoras-de-musica-que-son-y-como-funcionan?utm\\_source=chatgpt.com](https://alright.com.co/blog/agregadoras-de-musica-que-son-y-como-funcionan?utm_source=chatgpt.com).
- Cortina, R. (2017, enero 31). Pequeño Salto Mortal y Sony Music se unen para la distribución del catálogo de Vetusta Morla. Sony Music España. <https://www.sonymusic.es/eventos/pequeno-salto-mortal-y-sony-music-se-unen-para-la-distribucion-del-catalogo-de-vetusta-morla/>.
- Coquillat, P. (2018, 26 enero). Nando Cruz: «El indie de entonces no tenía mucha conciencia de nada». Atonal. <https://atonal.net/nando-cruz-el-indie-de-entonces-no-tenia-mucha-conciencia-de-nada/>.
- Edwin, R. V. (2017). Gestión cultural aplicada a la música independiente. Estudio de caso en Cali y Medellín Colombia. <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/168319>.
- Efecto Vinilo (@efecto.vinilo). (s.f.). Efecto Vinilo. Recuperado de <https://www.instagram.com/efecto.vinilo/>.
- El Caído (@elcaidoreviews). (s.f.). ¿Como hacer un comunicado de prensa y no fallar en el intento).
- El Caído (@elcaidoreviews). (s.f.). Instagram. Recuperado de <https://www.instagram.com/elcaidoreviews/>.
- El Enemigo (@elenemigocol). (s.f.). Mis discos favoritos del 2022.

El Enemigo (@elenemigocol). (s.f.). Instagram. Recuperado de

<https://www.instagram.com/elenemigocol/>.

El Portal de la Música en Vivo. (2023, 22 noviembre). El Portal de la Música En Vivo.

<https://portaldelamusicaenvivo.com/bime-bilbao-2023-en-cifras-ha-sido-brutal-proxima-parada-bogota/>.

El Sentido De La Birra con Ricardo Moya. (2024, 11 abril). ENTREVISTA COMPLETA 🍷

EDE: música para lamerse las heridas | #ESDLB con Ricardo Moya | cap.439

[Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=2ZrSfjY0Lk>.

Faraco, F. B. (2021). Música alternativa brasileira: análise de trajetórias.

<https://doi.org/10.11606/t.27.2020.tde-27032021-115334>.

Franklin, M. G. (2018, 1 abril). La difusión musical en la radio y la percepción de la

audiencia sobre la música alternativa independiente en la ciudad de Ambato.

<http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/27747>.

Gabriela, G. G. N. (2020, 1 julio). La difusión de música alternativa independiente

ecuatoriana y los medios de comunicación radiales en la ciudad de Latacunga. caso de estudio: Radio Municipal Latacunga y Stereo Latacunga FM.

<http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/31182>.

García, C. (2023, 3 agosto). La industria musical en España, ¿un sector olvidado? La Razón.

[https://www.larazon.es/cultura/musica/industria-musical-espana-sector-olvidado\\_2023080364cb080889c42a0001c8cbfb.html](https://www.larazon.es/cultura/musica/industria-musical-espana-sector-olvidado_2023080364cb080889c42a0001c8cbfb.html).

Guillén, R. (2020, 2 mayo). Desmitificando el «éxito»: los grupos analizan la situación

económico-laboral del músico indie en España. [jenesaispop.com](http://jenesaispop.com).

<https://jenesaispop.com/2019/04/24/360842/desmitificando-el-exito-los-grupos-analizan-la-situacion-economico-laboral-del-musico-indie-en-espana/>.

Industria y ecosistema de la música - reporte 2023. (2023). Proantioquia.

<https://proantioquia.org.co/informe/relatable-industria-musical>.

Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. (s. f.). Google Books.

[https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=P4lnJz\\_tl1cC&oi=fnd&pg=PA253&dq=j%C3%B3venes+culturas+urbanas+y+redes+digitales&ots=1X4AgVOe3U&sig=2v-HrvzYVh93Y6aIgt0CM4692Ek](https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=P4lnJz_tl1cC&oi=fnd&pg=PA253&dq=j%C3%B3venes+culturas+urbanas+y+redes+digitales&ots=1X4AgVOe3U&sig=2v-HrvzYVh93Y6aIgt0CM4692Ek).

Juliana, V. Z. (2011, 1 noviembre). Del empirismo a la profesionalización y reconocimiento de la gestión cultural- caso Colombia.

<http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/handle/123456789/389>.

Kapkin, S. (2024, 16 julio). Bella Álvarez lanza Neotusa Vol. 1: un conjuro para el desamor. El Colombiano.

<https://www.elcolombiano.com/cultura/musica/bella-alvarez-nuevo-disco-neotusa-MH25009216>.

La Pascasia (@lapascasia). (s.f.). Casa Pascasia. Recuperado de

<https://www.comunycorriente.org/lapascasia>.

León, T. (2019, 28 septiembre). Vetusta Morla y Colombia, un amor de Mismo Sitio, Distinto Lugar. Improvisando Radio.

<https://www.improvisandoradio.co/vetusta-morla-y-colombia-un-amor-de-mismo-sitio-distinto-lugar/>.

Liliana, A. L. (2022, 14 febrero). Economía creativa, economía popular y economía solidaria.

Un estudio del panorama en Medellín y el caso La Pascasia :

<https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/library?a=d&c=tesis&d=Jte2318>.

Lofredo, R. D. (2022). Sonido perdido: CAIFE [Podcast de audio].

<https://open.spotify.com/show/2h8WYRfmgxFZJC9hCiN6a5>.

Londoño D. (2022). los 20 discos colombianos de 2022. El Colombiano

<https://www.elcolombiano.com/cultura/musica/los-mejores-discos-de-musica-alternativa-e-independiente-de-colombia-en-2022-MO19718554>.

Mala suerte. (s.f.). SoundCloud. Recuperado el 2 de julio de 2024, de

<https://soundcloud.com/goli-dice/05-mala-suerte>.

Martínez, V., & Martínez, V. (2025, 22 enero). Elegir la mejor Distribuidora Digital de

Música – 7 consejos PRO. GuitarRec - Estudio de Grabación Online.

[https://guitarrec.com/elegir-distribuidor-digital-de-musica/?utm\\_source=chatgpt.com](https://guitarrec.com/elegir-distribuidor-digital-de-musica/?utm_source=chatgpt.com).

Mi Disquera. (2024, 16 abril). INVIERTE EN ESTO si eres artista emergente [Vídeo].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=xS7W5YxXr7g>.

Molino Valencia, M. P. (2020). Museo abierto: música alternativa, resistencia y

reconocimiento de identidad. Repositorio universidad Javeriana.

<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/49873>.

Musicboard, A. B. (s.f.). Musicboard - Share your love for music with friends.

Musicboard.App. Recuperado el 4 de julio de 2024, de

<https://musicboard.app/artist/margarita-siempre-viva/>.

Paguay, C. (2022, 13 diciembre). Las tribus urbanas Y SU ACTUAR EN la SOCIEDAD.

Diario la Prensa Riobamba.

[https://laprensa.com.ec/las-tribus-urbanas-y-su-actuar-en-la-sociedad/?utm\\_source=chatgpt.com](https://laprensa.com.ec/las-tribus-urbanas-y-su-actuar-en-la-sociedad/?utm_source=chatgpt.com).

Quintero, M. (2016). La Pascasia, una casa central para encontrarse. El Colombiano

<https://www.elcolombiano.com/cultura/la-pascasia-una-casa-para-la-cultura-en-el-centro-MX4213860>.

Radiónica: emisora de cultura rock, pop, rap, música alternativa, cine, series, películas y tecnología. (s. f.).

<https://www.radionica.rocks/equipo/santiago-arango#:~:text=Fue%20redactor%20de%20la%20Revista,Investigador%20en%20temas%20de%20m%C3%BAsica>.

Rockal (@Rockaloficial). (s.f.). Rockal. Recuperado de <https://rockallive.com.co/>.

Rockear. (s. f.). Volcán la banda de indie rock colombiana presenta su canción ‘Ver tus ojos mirándome’. <https://rockear.co/volcan-la-banda-de-indie-rock-de-medellin-colombia/>.

Rojas, J. C. (2017, 27 junio). Sara Rodas, una artista llena de dulzura, oscuridad y nostalgia. El Tiempo.

<https://www.eltiempo.com/cultura/musica-y-libros/perfil-de-sara-rodas-cantante-antioquena-102896>.

Roldan, C. (2020, octubre 28). Música Corriente, un sello discográfico nada común en Medellín. Centrópolis. <https://www.centropolismedellin.com/musica-corriente/>.

Santin, L. (2024, 19 mayo). ¿Cuál es la edad de los usuarios de las redes sociales? Mediaclick | Agencia Marketing Digital.

<https://mediaclick.es/blog/cual-es-la-edad-de-los-usuarios-de-las-redes-sociales/#:~:text=Instagram%20le%20pisa%20los%20talones,de%20usuarios%20entre%20ambos%20perfiles>.

(s.f.). Edu.co. Recuperado el 1 de julio de 2024, de

[https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/13503/1/BlancoDuban\\_2019\\_PunkMedellinHistoria.pdf](https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/13503/1/BlancoDuban_2019_PunkMedellinHistoria.pdf).

(s.f.). Scdn.co. Recuperado el 4 de julio de 2024, de

<https://i.scdn.co/image/ab67616d00001e026b499095d6c9dfb46f181f31>.

(s.f.). Gstatic.com. Recuperado el 4 de julio de 2024, de

[https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRXRGFJnwky\\_C\\_\\_J-inlQ Nn3lTjcr8dY4Gl6g&s](https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRXRGFJnwky_C__J-inlQ Nn3lTjcr8dY4Gl6g&s).

(s.f.). Ifpilatina.org. Recuperado el 21 de agosto de 2024, de

[https://ifpilatina.org/content/uploads/Informe\\_Nacional\\_2020\\_ECUADOR\\_f4e5c74ab7.pdf](https://ifpilatina.org/content/uploads/Informe_Nacional_2020_ECUADOR_f4e5c74ab7.pdf).

(s.f.). Ifpilatina.org. Recuperado el 22 de agosto de 2024, de

[https://ifpilatina.org/content/uploads/Informe\\_Nacional\\_2020\\_COLOMBIA\\_eaf20933cd](https://ifpilatina.org/content/uploads/Informe_Nacional_2020_COLOMBIA_eaf20933cd).

(s.f.). Org.co. Recuperado el 11 de septiembre de 2024, de

<http://www.scielo.org.co/pdf/signo/v30n58/v30n58a07.pdf>.

Spotify. (s. f.).

<https://open.spotify.com/playlist/1KxqT7tyPTYlyenMVN7FGY?si=b2a44755f6d748b7>.

Sua, J. F. (2021). Marketing y comunicación digital para artistas emergentes pop en la

fidelización de audiencias jóvenes. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10554/58613>.

URosarioRadio. (s.f.). Providencia, un Reggae con más de 20 años de trayectoria.

Urosarioradio.co. Recuperado el 18 de agosto de 2024, de

<https://www.uosarioradio.co/index.php/ur-music/artista-del-mes/item/1033-providencia-un-reggae-con-mas-de-20-anos-de-trayectoria>.

Urrutia Montoya, M. (2014). Evolución y estructura económica de la industria de la música en Colombia. Repositorio universidad de los Andes.  
<https://repositorio.uniandes.edu.co/handle/1992/16507>.

Velásquez Puerta, S. (2015). De los andes al caribe: la diversidad de la industria de la Música en Colombia. Muchas producciones independientes, poca música en el mercado.  
PROGRAMA DE GESTIÓN CULTURAL Y COMUNICATIVA.  
<https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/82739>.

Vetusta Morla (2016). Memoria Instantánea. Editorial Planeta.

Villamil, V. (2023, 28 agosto). Cinco curiosidades del álbum debut de Soda Stereo. Rolling Stone En Español.  
<https://es.rollingstone.com/cinco-curiosidades-del-album-debut-de-soda-stereo/>.

Wright, K. (2023, 27 octubre). Ejemplo de Pitch de Spotify: cómo hacer un pitch para las Playlists Spotify. Groover Blog.  
<https://blog.groover.co/es/consejos-para-musicos/ejemplo-de-pitch-de-spotify-es/>.