

Reporte *Libro Blanco*

La Música en una Economía de Bajo Contacto.

2020, Año Iberoamericano de la Música

Introducción

La XX Conferencia Iberoamericana de Ministras y Ministros de Cultura, celebrada en Bogotá, Colombia en octubre de 2019 decidió declarar el 2020 como el Año Iberoamericano de la Música e instruyó a la Secretaría General Iberoamericana, SEGIB junto a los Programas de Cooperación Cultural especializados, el diseño y desarrollo del plan de actividades.

En el mes de febrero de 2020, en la sede de la SEGIB en Madrid, España, tuvo lugar el lanzamiento del programa de actividades entorno a la conmemoración, un acto que permitió identificar la importancia de reflexionar, debatir y proponer mejoras para un sector creativo y productivo de la cultura.

Con el apoyo de:



El confinamiento derivado de la pandemia mundial, declarada en marzo de 2020 por la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha modificado severamente la estructura en las relaciones dentro de la industria musical. La abrupta cancelación de tours, conciertos y festivales en todo el mundo, así como las restricciones de viajes y aglomeraciones públicas, han golpeado fuertemente al sector de la música y los servicios conexos que tenían la base de su negocio en la reunión masiva de personas.

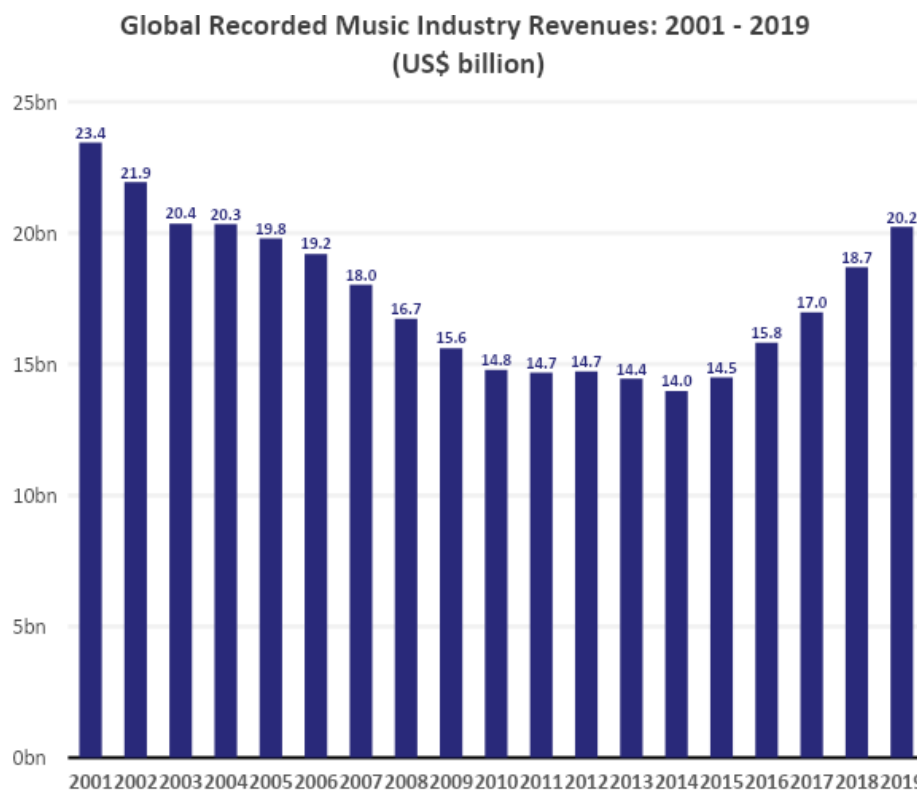
No es la primera crisis de la industria musical; recordemos que después del boom del Cd en 1994 y el involucramiento de las grandes redes criminales de Asia y Latinoamérica, debido a la alta rentabilidad de la piratería del formato físico, la llegada del MP3 desató una serie de servicios para compartir música sin tener que pagar por ella, causando nuevas formas de consumo cultural y del razonamiento por parte del público sobre el fenómeno de mayor acceso a contenidos musicales

En este escenario, el comportamiento corporativo de los grandes sellos disqueros (situación que se documenta muy bien en *Appetite for Self Destruction, the spectacular crash of record industry in the Digital Age*, de Steve Knopper) se sumó a la compleja situación, propiciando que por primera vez un productor de computadores como Apple entrara en el negocio de la música con iTunes, convirtiéndose en uno de los mayores distribuidores del negocio en el mercado en Norte América Sin embargo, la restauración de los ingresos previamente alcanzados por la industria aún estaba lejos. El modelo de descargas creado por el gigante tecnológico no clarificaba el problema del deseo en torno al acceso de la música y lo que significaba poseer una canción; esto generó un espacio confuso donde el formato físico, el digital legal y la piratería, continuaron coexistiendo.

Esto orilló al ecosistema musical a replantear su modelo basado en la música grabada y terminó por apoyarse en la consolidación de los servicios digitales denominados “streaming”, en los que las grandes disqueras decidieron involucrarse y ser accionistas de los más populares como Spotify.

El mejor año de la última década en términos de recuperación de ingresos para la industria, fue el 2019, creciendo un 8.2% más en comparación que el 2018 y superando nuevamente la barrera de los 20 billones de dólares, cifra que no se alcanzaba desde el 2003. Este crecimiento se dio gracias al aumento de las suscripciones en plataformas de streaming, la principal fuente de ingresos del negocio basado en la música grabada, y que generó 11.4 billones de dólares de ganancia representando el 56.1% de los ingresos totales de la industria.

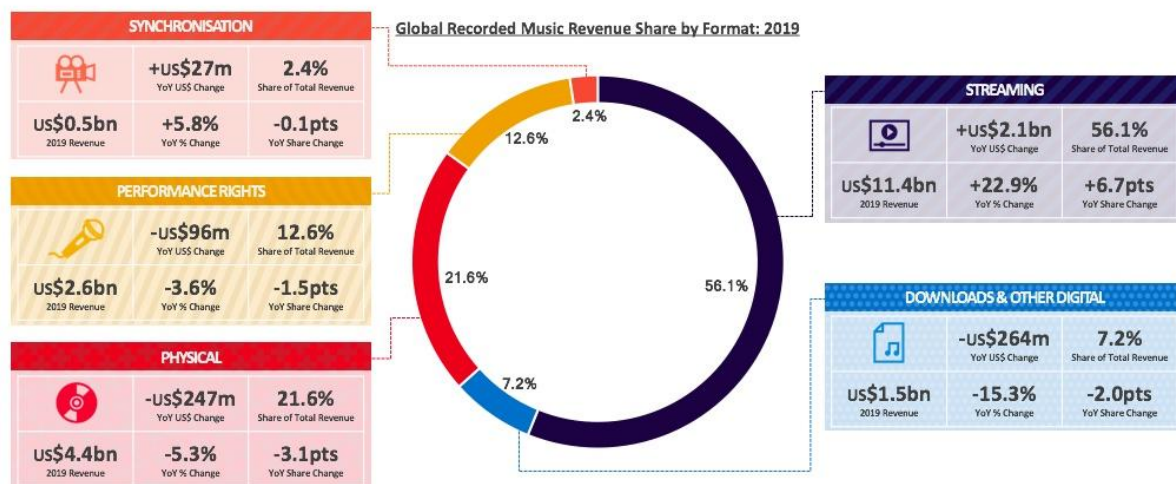
Es importante señalar que las ganancias de este sector se generan contra un menor gasto, pues la tecnología bajó los costos de producción, eliminó los costos de fabricación y modificó favorablemente los costos de distribución según la información del Reporte de IFPI Global Music Report del 4 de mayo del 2020, viendo niveles de eficiencia nunca antes vistos.



Fuente: Global Music Report, IFPI 2020

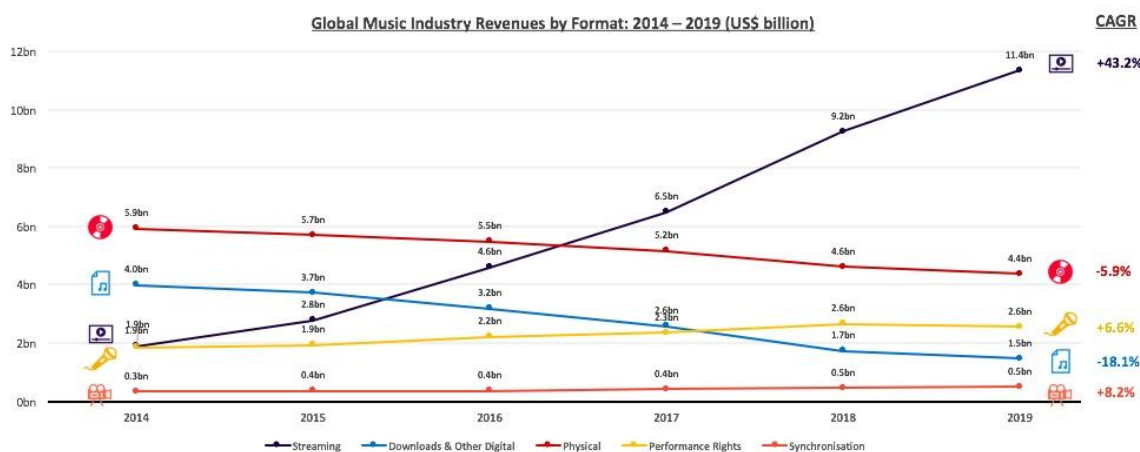
Pero el largo tiempo que duró esta crisis de la música grabada desde la irrupción del formato digital, también generó que una buena parte del valor de mercado fuera desplazado a los conciertos en vivo, industria con un alto impacto económico que floreció en los últimos 20 años. Solo en 2019, generó ingresos cercanos a los 39 billones de dólares, casi el doble que la música grabada. Además, se desarrolló en el ambiente de una generación que ponía en el centro de consumo la emoción y las experiencias, lo que prometía un crecimiento sostenido por los próximos 5 años, según el Media Outlook de Price Water House Cooper 2018 - 2022.

Con el apoyo de:



Fuente: Global Music Report, IFPI 2020

Lo interesante de este desplazamiento de valor hacia la música en vivo, fue el beneficio directo a los artistas mediante honorarios por las presentaciones y de los ingresos en los conciertos al convertirse en un importante canal de distribución de los discos en diversos formatos, así como de otros ítems de mercancía, generando una conexión más directa con los fans. Además, a esto se le sumaban los ingresos por derechos de ejecución pública que entre los 1.9 billones de dólares generados en 2014 y los 2.6 billones de dólares reportados en 2019, hablamos prácticamente del doble. Respecto a 2018, el crecimiento fue del 6.6% según el Reporte Global de IFPI en el 2020, lo cual generó un ambiente propicio para el desarrollo de artistas tanto mainstream como independientes, fortaleciendo nichos de mercado y afectando positivamente a la diversidad musical.



Fuente: Global Music Report, IFPI 2020

Con el apoyo de:

La crisis actual no sólo ha puesto en jaque a la industria, también ha sido un acelerador para los modelos de negocio digitales. Algunos reportes muestran que el gran ganador hasta el momento es el comercio electrónico, seguido de los servicios por suscripción como el streaming que crecieron un 110% este año en relación al 2019, y esto sólo es la punta del iceberg.

La aparición de otras plataformas, además de las posibilidades de ingresos en los entornos digitales como los live streaming, la relación de la música con los videojuegos y sus comunidades, además del uso del contenido del artista implementado por el usuario en plataformas como *Tik Tok* o los nuevos Reels de Instagram, son elementos que se están sumando a esta reconfiguración acelerada. Esto plantea la necesidad e importancia de la evolución de los Digital Services Providers (DSP's) a una concepción más cercana a los Digital Experience Providers (DEP's).

La situación en este momento es que todas estas herramientas y formas de interacción entre música y usuario, plantean grandes oportunidades para la industria mainstream, pero incrementan las brechas para la comunidad independiente y las regiones en desarrollo, pues al convertir la red en un campo global, se perfila la repetición de los viejos modelos.

Según Alpha Data, compañía detrás de las listas de popularidad de la revista Rolling Stone, el 90% de las reproducciones en Spotify son generadas por el 10% de los artistas, esta información fue confirmada en la carta enviada a los inversionistas por parte de la compañía sueca (Anexo 1), donde describen el crecimiento de este grupo top de artistas, que en 2018 eran 30,000 y llegaron a 43,000 en 2019.

Esta concentración, que tan sólo representa el 1.4% de los artistas en la plataforma, deja otros retos al descubierto como la remuneración adecuada para los creadores. Según cifras de la compañía, el 90% de las reproducciones que son generadas por artistas fuera de este grupo podrían estar ganando \$12 USD mensuales, situación que precisa una revisión por parte de entes regulatorios gubernamentales como ya está sucediendo desde el Reino Unido.

Los momentos de crisis son fundacionales: ahora mismo se está configurando una nueva industria de la música basada en los datos, la interactividad y el capital social de las comunidades alrededor de los artistas, de modo que ya no es sólo una industria en la que intervienen los principales productores de contenido como los grandes sellos y otros jugadores

del mainstream, sino, un complejo tejido de relaciones en el que aparecen nuevos actores vinculados a todos los procesos de creación, producción promoción y distribución.

En este activo ecosistema donde cada vez hay más artistas, debido entre otras cosas a la reducción de costos de los medios de producción, se suman nuevos retos marcados por la complejidad de las relaciones con los fans o consumidores, las cuales precisan mayor atención, interacción y contenido.

Desde este punto de vista, es indispensable continuar y profundizar la una reflexión Iberoamericana que permita identificar las brechas que tiene nuestra región y su ecosistema musical sobre los modelos económicos propuestos para esta nueva reformulación de la industria. Esto sin olvidar las perspectivas de futuro, inclusión, promoción de la diversidad e innovación que se están planteando desde nuestra región con miras a propiciar un entorno en el que el sector público y privado puedan generar los espacios idóneos para que estas oportunidades tengan la posibilidad de crecer y desarrollarse.

Ámbitos de trabajo

Frente a esta perspectiva y dinamismo, la reflexión un pudo ser enfocada únicamente entorno a la industria o la digitalización del negocio, resultaría insuficiente frente a las necesidades y retos del ecosistema. Es importante identificar las brechas y detectar a partir de la reflexión, cuáles pueden ser los proyectos públicos e institucionales que sostengan el sector ante esta crisis sin precedentes. Cómo la interacción de los creadores con las grandes compañías de contenido Google, Amazon, Facebook, Apple y los que vienen de otras latitudes como Bytedance o Tencent, pueden representar oportunidades para la distribución y monetización de los contenidos e innovaciones propias de la región y qué estructuras se requieren en nuestra región, para generar políticas públicas que permitan el desarrollo de un entorno musical saludable.

1. Marco Económico

Recolección de Datos dentro de la Industria Musical en Iberoamérica

Con el apoyo de:



El primer reto con el que se encuentra el sector frente a la creación de documentos de la industria musical, es la recolección de datos económicos, de ingreso o de impacto, ya que no se cuenta con fuentes confiables. Las nuevas economías y tendencias identificadas en la gestión de la industria musical, nos ha enseñado la importancia de los datos para el diagnóstico, identificación de oportunidades y toma de decisiones.

La alta informalidad que se vive en el sector musical, afecta invariablemente la recopilación y sistematización de información actualizada y eficiente. Parte de las revelaciones más evidentes de la pandemia han sido la precariedad laboral, la poca comprensión y actualización sobre las responsabilidades tributarias y la falta de información entre entidades, como las sociedades de autor.

De la información disponible sobre la región, la gran mayoría es generada por asociaciones como la Federación Internacional de la Industria Fonográfica, IFPI, quienes contratan empresas de medición y que por su quehacer, reflejan únicamente datos sobre la música grabada que hoy en día, al migrar al entorno digital, mejoró su sistema de recolección de información.

La deuda continúa para la industria musical en vivo, que sigue pendiente para las mediciones de impacto o para dimensionar su tamaño respecto a conciertos y festivales en la región. Es necesario plantear preguntas sobre dónde están los datos del sector musical, cómo se están recabando y cuáles son las mejores prácticas para la creación de sistemas, que le den a los gobiernos y al sector privado, información actualizada y constante sobre el sector.

Consumo e Impacto Económico de los Modelos Digitales Iberoamérica es una de las regiones con mayor consumo digital con Brasil y México dentro de los primeros lugares en redes sociales y streaming, pero en una primera observación, esta fuerza se concentra únicamente en las capitales principales. Aunque la brecha digital se ha ido acortando en los tiempos que corren y lo que se consideraba un servicio de acceso limitado se ha convertido en una necesidad primordial en la economía de bajo contacto, siendo incluso decretado como acceso de primera necesidad en la República.

Los retos y posibilidades para el sector en Iberoamérica apenas se vislumbran; podemos considerar como un primer gran impacto, las plataformas de Live Streaming acompañadas de la necesidad por encontrar nuevas formas de monetización en los entornos digitales como son

Con el apoyo de:

clases vía plataforma digital, conciertos privados, canciones personalizadas, campañas de mecenazgo o en algunos casos, la creación de videojuegos.

Es complejo comprender el modelo de la era digital en nuestra región, ya que en algunos países este contenido se encuentra fuera del alcance popular, lo que propicia la circulación física como las memorias USB, por ejemplo. ¿Qué podemos aprender de los modelos de distribución y circulación que siguen creciendo entre los públicos de las músicas locales de países como México con el Regional Mexicano, Argentina con la Cumbia Villera o el Techno Brega de Brasil?

Flujo y distribución del Dinero en la Industria Musical Iberoamericana

En nuestra región gran parte de catálogo musical productivo, en términos económicos, está en manos de las transnacionales de la industria discográfica y del publishing, generando gran parte de utilidades fuera de nuestro territorio y permitiendo que sean estas empresas quienes puedan tener mejores acuerdos con las compañías de streaming, marcando una gran diferencia con los acuerdos propuestos para la industria independiente. Por otro lado, las sociedades de recaudo de derechos de autor, presentan problemáticas graves en los sistemas de reparto y recolección, principalmente con retos importantes en transparencia y eficiencia.

El análisis de cómo está fluyendo el dinero en la cadena de valor de la industria musical hacia los creadores, nos puede ayudar a identificar brechas y barreras, ineficiencias en el sistema y, por lo tanto, posibles soluciones para aumentar la transparencia y acelerar las transacciones. Es necesario focalizar que uno de los principales problemas entre los creadores es su falta de conocimiento sobre las fuentes de ingreso, como los derechos de autor, según se puede entender por parte del sector, lo que ha provocado que sólo una pequeña porción de las ganancias de su música grabada, esté llegando a sus manos.

2. Marco Político

Iniciando con una rápida reacción de Alemania y Francia, quienes declararon la cultura como bien de primera necesidad, otros países del mundo están buscando establecer los ejes para atender al sector cultural que se ha visto particularmente afectado por el confinamiento. Después de analizar infinidad de documentos a nivel mundial, la Organización Mundial de la Salud (OMS) expuso los beneficios de la música y las artes para el mejoramiento de la salud

desde distintas áreas; muchos otros estudios confirman la importancia de la música para el desarrollo humano.

Sin embargo, los países que enfrentan retos complejos debido a sus índices de pobreza y desigualdad social, han aplazado la protección a la cultura para atender necesidades inmediatas y de supervivencia. El análisis del comportamiento de la industria musical, guiado sólo por la rentabilidad, no permite ver retos estructurales que puede afectar la sostenibilidad de la música per se; es por ello que debemos trabajar dentro de estos territorios en su reconocimiento.

Corresponde a las instituciones responsables en los Estados miembro de la Conferencia Iberoamericana, entender y atender los efectos del debilitamiento del ecosistema mediante la construcción de políticas públicas que destaquen su relevancia y promuevan la diversidad del patrimonio local y regional. Por otro lado, la protección a los creadores e intérpretes, también es primordial y debe contemplar la tipificación fiscal adecuada, la seguridad y previsión social para alcanzar mejoras en la distribución de ingresos y la transparencia en el acceso a la información.

Así mismo, debe existir un trabajo continuo en la legislación de los derechos de autor y derechos conexos, si tomamos en cuenta que todo cambio en procesos de producción y distribución, los afectan directamente, por lo que no atender esta importante tarea, puede representar pérdidas enormes para el sector en cada país, ya que se estaría desatendiendo uno de los ejes centrales de la industria musical es su totalidad. En este punto, el acompañamiento de asociaciones gremiales es clave para la detección oportuna de los problemas más urgentes, por lo que se debe incentivar su creación de no existir y develar la importancia de su comunicación con pares en otros territorios para la aceleración de la reducción de brechas que separan el mercado Iberoamericano de aquellos más estructurados y desarrollados.

Con base en los siguientes temas: *Políticas públicas para la preservación del Ecosistema Musical; Regulación y Derecho de Autor en tiempos de transformación digital; y Asociatividad y Diálogo*, en 2021, en diversos foros y espacios de diálogo se buscará ahondar en las problemáticas que, desde la dimensión política, son más importantes de atender en la región.

3. Actuales Modelos de Negocio

Cadenas y Redes de Valor en el Modelo del Negocio de la Música en Iberoamérica

Con el apoyo de:



Es fundamental la identificación de los actores de cada uno de los procesos de la industria, desde la detección de talento, la creación, producción y distribución, así como su relacionamiento entre sí; esto, además de dibujar con mayor claridad el ecosistema, nos permitirá buscar modelos particulares por territorio.

Modelo de la Música Grabada

Analizar el modelo del streaming delimitado por la economía de las canciones, además de subrayar las brechas existentes entre los creadores, el acceso a los canales de distribución y la detección de formas de monetización disponibles, incluyendo la capitalización del fandom, permitirá identificar cómo está funcionando el negocio de la música grabada en la región.

Modelo de la Música en Vivo

Debido a la situación actual, el análisis del modelo de la música en vivo deberá partir de las posibles evoluciones del negocio en la realidad Iberoamericana y el recuento sobre el impacto económico de la pandemia, quiénes algunos en el sector de la industria musical lo llaman el Napster de la música en vivo.

Licenciamientos y Derechos de Autor

Los ingresos por derechos de ejecución pública han incrementado considerablemente en nuestra región debido al desarrollo que hubo de festivales, conciertos y giras, según datos de la Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores, CISAC (Informe Anexo) es el rubro con mayor crecimiento. Por otro lado, las licencias por sincronización también reportaron un aumento importante debido a la producción audiovisual en la región por plataformas como Netflix y Amazon Prime. Sin embargo, este es un sector en el que hay gran desconocimiento y falta de información por parte de los creadores en relación a la distribución de regalías y la labor de las sociedades de gestión colectiva.

4. Tendencias y Transformaciones Digitales

La velocidad a la que se tuvo que adaptar el mundo para trasladar al entorno digital toda clase de actividades y roles laborales a partir de la declaración del estado de pandemia por parte de la OMS en marzo de 2020, y la eficiencia con que muchas tareas pudieron ser desempeñadas, revelan una capacidad tecnológica que sólo está frenada por la falta de usuarios habituados a ella. La mayoría de las herramientas con las que se suplió la forma de operar ante las restricciones que el confinamiento impuso, existían hace ya varios años y aunque demostraron ser en algunos casos más eficientes que la forma previa de operar, quedó claro que la única fuerza mayor a la del hábito es la necesidad.

Esta reflexión sirve para enmarcar que el estatus quo en la operación del ecosistema musical pre-pandemia era definido por inercia y aunque requería revisiones y ajustes profundos para ser más justo, equitativo y estimulante, no se había presentado un motor lo suficientemente enérgico para cuestionarlo y romper los malos hábitos. Fue el alto intempestivo de la actividad en vivo lo que puso en evidencia vacíos y preconcepciones erróneas de todas las áreas de la industria de la música, y generó una potente lupa sobre problemáticas diversas de la economía de la música.

Nuevamente, hay tecnologías que pueden ayudar a llenar los vacíos generados a partir de ciertos ajustes y corregir errores o desviaciones, pero para ello es indispensable su comprensión, aceptación, uso extendido y análisis constante, para determinar la posibilidad de que aporten la salud que requiere el ecosistema musical. No podemos dejar de lado que el Banco Mundial ha detectado un rezago en adopción de tecnologías, así como en innovación tecnológica en la región en su conjunto. Es por ello que con la aceleración causada por la pandemia esta brecha podría acrecentarse si no se pone especial cuidado en los procesos de sensibilización y formación hacia la transformación digital, acompañada de una fuerte inversión en la democratización del acceso.

Aunque estas tareas sobrepasan el ámbito de la música, son particularmente relevantes para su supervivencia. El experto británico, Mark Mulligan, director de Media Search, agencia especializada en análisis de tendencias en la música, sostiene que las tecnologías aplicadas a la creación musical definirán el futuro esperanzador, implicando que la adopción de estas es un punto de inflexión sin retorno.

Actualmente la tecnología está modificando prácticamente todas las áreas de acción de la música:

Con el apoyo de:

Creación y producción

- Herramientas orientadas a aprovechar todas las proveniencias y aproximaciones a la música de manera que tanto el músico entrenado como aquel totalmente neófito, puedan expresarse ágilmente por medio de interfaces intuitivas.
- Herramientas basadas en IA que ayudan a crear y obligan a cuestionar decisiones.
- Generadores de música basados en IA que pueden resolver la creación para objetivos específicos con mucha facilidad.
- Servicios basados en IA para la ejecución de procesos de mezcla y masterización a bajos costos y en mejora continua.
- Plataformas de comunidades creativas que pueden intervenir en ejecución, fijación, testeo e incluso distribución, eliminando intermediarios y posibilitando el acceso ilimitado a talento y experiencia de todas las regiones.

Detección de talento

- Constantemente se perfeccionan herramientas que miden diferenciales de crecimiento a partir de datos recabados de diversas fuentes. El objetivo es lograr la detección lo más temprano posible para lograr mayor rentabilidad a través de negociaciones más sencillas y menor competencia.

Distribución, comercio social y blockchain

- Las plataformas de streaming como las concentradoras del consumo y su competencia por el mercado desde distintos frentes.
- Plataformas de monetización basadas en micro-comunidades ya sea por la venta de artículos o sistemas de mecenazgo o estímulo directo.
- Herramientas de identificación de audiencias, marketing personalizado y creación de comunidades.
- Herramientas de contenido generado por el usuario.
- Tecnologías de rastreo de participantes en la cadena de valor de la producción de música como el blockchain.

Relación con la industria de los videojuegos y la traducción de la experiencia del “en vivo”

Con el apoyo de:



- Experiencias e interacciones relacionadas con el ámbito de los videojuegos, tanto en las plataformas de socialización de esta industria como en la creación de experiencias derivadas de las tecnologías nativas del sector: realidad virtual, realidad aumentada, sonido inmersivo, representación en ambientes generados dentro de determinados videojuegos, etc. Esta relación mostrará con toda seguridad resultados sorprendentes en poco tiempo y ya se ha desatado un desarrollo intensivo.

Financieros

- Plataformas de inversión y adquisición de catálogos musicales.
- Inversión en modelos de participación financiera en desarrollos artísticos.
- Intercambio de acciones artísticas en ámbitos digitales pagados en criptomonedas como conciertos, meet & greets y entrevistas, por ejemplo.

Educación musical

- Herramientas tecnológicas para el entrenamiento musical asistido por machine learning.
- Plataformas de cursos, webinars, masterclasses con diversos niveles de automatización en la forma de evaluar e interactuar con el alumnado.

En el caso Iberoamericano la inversión en innovación presenta desafíos y tradicionalmente se tiene poca confianza en el valor de las ideas. Es hasta fechas muy recientes que, con la aparición de algunas empresas en Brasil, Colombia, Argentina y México, que la tolerancia al riesgo de los inversionistas ha aumentado.

En este punto es importante señalar que hay una condición sin precedentes en el mercado musical en la región: por primera vez en la historia el consumo latinoamericano determina tendencias mundiales y por primera vez también, el mayor consumo en Latinoamérica es de contenidos musicales de la propia región. Esto representa un caldo de cultivo idóneo para la inversión, por lo que la incentivación de la innovación, así como el aceleramiento de la adopción de nuevas tecnologías, son una necesidad apremiante, pues estamos en una situación inédita para poder acortar una brecha que en caso de que se ensanche podríamos perder definitivamente todo lo ganado en los últimos 10 años.

Sin duda hay que ahondar en las implicaciones, los desafíos, los logros alcanzados y los escenarios probables en torno a la transformación digital y nuevas tendencias, como un tema ineludible al hablar del presente y futuro de la música.

Con el apoyo de:

5. Música y Sociedad

En nuestra región la música es un factor fundamental en la construcción de identidades y la cohesión social; hay muchos ejemplos desde los sistemas de orquestas basados en el modelo venezolano creado por el maestro José Antonio Abreu, el trabajo realizado por los programas de cooperación Iberorquestas e Ibermúsicas, hasta los numerosos proyectos de reconstrucción social basados en música y bailes urbanos a lo largo y ancho de los territorios de Iberoamérica.

El tiempo dedicado por la humanidad a escuchar música, cada vez es mayor y varios países Iberoamericanos encabezan la lista de horas al día enfocados en esta actividad según el reporte de Consumo Musical de IFPI 2019. La presencia de la música en el acompañamiento de casi cualquier actividad fue acentuada por el confinamiento como un espacio de recreación, elección, liberación, inspiración, relajamiento, conexión social, solidaridad, expresión, dispersión de mensajes y un sinnúmero de usos que evidenciaron el papel de la música como un componente indispensable en la salud de la sociedad, en su sentido más extenso.

Entender los hilos que tiende la música hacia otros campos que escapan del espacio cultural institucional que es en donde regularmente se le adscribe, es de vital importancia. Debemos trabajar por identificar el valor de la música más allá del aspecto monetario y entenderla bajo una idea más amplia de economía, es decir, como un recurso que satisface diversas necesidades humanas. Sectores como el turismo, la salud y la planeación urbana, así como los beneficios hacia la cultura laboral y el desarrollo social, son espacios naturales de intercambio que se benefician del ecosistema musical y si se observan las convergencias que ya suceden y sus potencialidades, se podrán expandir sus ejes hacia la obtención de recursos y medios para su protección y desarrollo.

Analizar estos intercambios actuales y posibilidades futuras para la comprensión de las tareas y diálogos que es necesario emprender para el beneficio de la región, tanto en el robustecimiento del ecosistema musical, como en su impacto positivo en la sociedad, es un tema de gran relevancia en este documento.



Equipo de Trabajo

Ana Rodríguez

Comunicadora de formación con especialidad en Artist Management de Berklee College of Music. Ella es un agente de cambio en la industria cultural latinoamericana con experiencia en management musical, comunicación, finanzas y gestión empresarial; representante de Troker, banda mexicana instrumental de jazz-rock y co-Presidenta del International Music Managers Forum (IMMF) y actualmente promueve en México la puesta en marcha de una asociación del gremio con representación nacional. Directora de Relatable, agencia de análisis estratégico para la industria que hoy lidera la iniciativa Música México COVID-19.

Sergio Arbeláez

Comunicador Social con Master Certificate en Music Business de la Universidad de Berklee. Divide su tiempo entre México y Colombia; en el primero se desempeña como director de la Feria Internacional de la Música para Profesionales, un proyecto de la Universidad de Guadalajara; además es socio fundador de Relatable. En Colombia, es director de contenidos académicos de Circulart y asesor para el área de música para Redlat Colombia, ONG que organiza diversos encuentros, mercados, festivales y la presencia internacional de Colombia en otros mercados como Womex.

Gerardo Rosado

Con el apoyo de:



Músico, productor, promotor y manager cultural. Fundador de Intolerancia Records, sello discográfico que tiene más de 300 títulos en su catálogo. Miembro activo de la Asociación para el desarrollo de la Industria Musical Iberoamericana (ADIMI). Fundador de Relatable, agencia de análisis estratégico para la industria que hoy lidera la iniciativa Música México COVID-19.

Octavio Arbeláez

Abogado y Productor cultural colombiano. Ha sido Decano de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Caldas, Consultor del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y Director Nacional de Artes del Ministerio de Cultura de Colombia. Actualmente se desempeña como Director del Festival Internacional de Teatro de Manizales y Director de Circulart Mercado de la Música de Medellín, ambos en Colombia. Es también Director de MAPAS (Mercado de las Artes Performativas del Atlántico Sur) con sede en Tenerife, Islas Canarias y España.

Guillermo González

Licenciado en Comercio Internacional, Director General de la Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas (AMPROFON). Previamente se desempeñó como Director Ejecutivo de México IT y como Director de Asuntos Internacionales y de Promoción a la Industria en la Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información (CANIETI).

Carlos Chirinos

Profesor Asociado de Music Business y Director del Laboratorio de Música y Cambio Social en la Universidad de Nueva York (NYU Steinhardt). Asesor de artistas y empresas musicales en el desarrollo de planes de impacto social en Latinoamérica y África. Además, ha participado en la industria como músico, label manager, booking agent y productor de festivales en Inglaterra, Europa y los Estados Unidos. Trabaja con el artista panameño Rubén Blades, quien es el académico invitado en la Universidad de Nueva York, en la actualidad.

Nicolas Madoery

Con el apoyo de:



Profesional especializado en el diseño de estrategias para proyectos musicales y desarrollo de contenidos de música digital. Es director de la empresa 432 Hertzios, representante de la agregadora y distribuidora digital Ditto Music en el Cono Sur, secretario de la Asociación de Sellos Independientes de Argentina (A.S.I.Ar) y consultor del British Council para el desarrollo de la comunicación regional del programa Selector Pro en Latinoamérica. Ha estado vinculado en el desarrollo de estrategias para artistas como Juana Molina, Gustavo Santaolalla, La Mona Jiménez, entre otros. Además, ha participado en más de 200 conferencias y espacios de formación vinculados al desarrollo de proyectos musicales.

Kin Martínez

Presidente de la recién creada Federación Española de Música y Director y fundador de Esmerarte. Posee una extensa trayectoria en el ámbito cultural. Dentro de la cartera de la agencia creativa y bajo su dirección, se encuentran artistas como Vetusta Morla o Xael López y festivales como Portamérica y O Son do Camiño. Ha estado en la presidencia de la Asociación Gallega de las Empresas Culturales (AGEM) y ha sido miembro de la Asociación Nacional de Representantes Técnicos del Espectáculo (ARTE) y de la Asociación Nacional de Promotores Musicales (APM).

