

NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN MUSICAL DE CIUDAD DEL ESTE

Silva Giménez, Juan Andrés; Fernández Rotela, Jorgelina
juan-silva90@hotmail.com - jorgelina.fern@gmail.com
Universidad Nacional del Este, Escuela Superior de Bellas Artes
Presidente Franco, Paraguay

Resumen

Este estudio examina el impacto de las nuevas tecnologías en la producción y distribución musical en Ciudad del Este. Se emplea un enfoque cualitativo con un diseño etnográfico, materializado por medio de entrevistas y cuestionarios con músicos y productores locales. Los resultados revelan que los músicos han adoptado activamente las herramientas digitales, incluyendo el uso generalizado de estudios caseros. Si bien se han observado avances significativos en la producción musical, se destaca una desventaja en el modelo de pago de regalías en las plataformas digitales, que no es equitativo para los artistas independientes. Estos hallazgos contribuyen a comprender la evolución de la industria musical en la era digital y enfatizan la necesidad de abordar los derechos de los artistas en las plataformas digitales.

Palabras clave: nuevas tecnologías, producción musical, distribución musical, herramientas digitales, Home Studio.

Abstract

This study examines the impact of new technologies on music production and distribution in Ciudad del Este. A qualitative approach with an ethnographic design is employed, using interviews and questionnaires with local musicians and producers. The results reveal that musicians have actively embraced digital tools, including the widespread use of home studios. While significant advancements in music production have been observed, a disadvantage is highlighted in the royalty payment model on digital platforms, which is not equitable for independent artists. These findings contribute to understanding the evolution of the music industry in the digital era and emphasize the need to address artists' rights on digital platforms.

Keywords: new technologies, music production, music distribution, digital tools, home studio.

1. Introducción

Las nuevas tecnologías emergentes están ganando cada vez más reconocimiento, especialmente entre los músicos autogestionados, ya que se han convertido en herramientas válidas para que aquellos lleven a cabo sus propuestas artísticas. Estos avances tecnológicos, como el aumento en las ventas de teléfonos inteligentes, el mejoramiento de las herramientas digitales en los sitios *web* musicales, la expansión de las conexiones 4G de internet y el crecimiento de la cobertura de banda ancha a nivel mundial, así como la presencia cada vez mayor de tabletas y computadoras en los hogares, han potenciado este fenómeno (Arango, 2018, p.156).

A pesar de este contexto de cambio continuo y de constantes innovaciones, son escasas las investigaciones que exploran cómo y de qué manera los músicos están utilizando estos recursos. A nivel nacional, no se han encontrado estudios previos, por lo que se ha tomado como base la literatura existente a nivel regional. Por ejemplo, el trabajo "La música independiente en la era digital", de Claudia Lamacchia, (2017) se centra en las prácticas de los músicos residentes en el área metropolitana de Buenos Aires, donde la conectividad a Internet es mayor, y abarca también las regiones Centro y Patagonia. Otro estudio relevante es la tesis doctoral de Fabián Eduardo Arango Archila (2018), titulada "Los modelos de negocios digitales en la industria discográfica", que analiza en profundidad los nuevos modelos de negocio en la música, como el modelo *freemium*, los ingresos por publicidad y las suscripciones *Premium*. Estas investigaciones buscan describir la evolución de las plataformas de *streaming*, así como proponer innovaciones en la promoción de productos y servicios musicales con base en estrategias y herramientas de *marketing* digital.

Los resultados de estas investigaciones confirman que las herramientas digitales han transformado todo el sector musical. A partir de esta premisa, surge la necesidad de realizar un estudio a nivel local, en este caso en Ciudad del Este como área principal, abarcando todos los sectores en los que se desenvuelven los músicos, ya sean solistas, bandas o sellos independientes.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Analizar el panorama actual de la producción y distribución musical en Ciudad del Este con la incursión de las nuevas herramientas digitales.

2.2 Objetivos específicos

- 1) Identificar las nuevas tecnologías que utiliza el músico popular de Ciudad del Este en su carrera artística.
- 2) Describir los avances de la producción musical de la región con el aumento y la accesibilidad de la tecnología.
- 3) Determinar las estrategias de *marketing* digital utilizadas por los músicos para la promoción de su creación artística.
- 4) Identificar cuáles son las plataformas digitales de distribución más rentables actualmente.

3. Materiales y métodos

3.1 Diseño del estudio

Esta investigación se basa en un enfoque etnográfico que tiene como objetivo comprender de manera profunda y detallada el panorama de la producción y distribución musical en una región específica. El enfoque etnográfico permite explorar la realidad desde la perspectiva de los actores involucrados, a partir del acopio de sus percepciones, significados y opiniones.

Álvarez-Gayou (2003) señala que la investigación etnográfica busca describir y analizar las acciones y significados atribuidos por las personas en un contexto determinado, tanto en situaciones comunes como en circunstancias especiales.

3.2 Enfoque de la investigación

Para abordar las preguntas de investigación y alcanzar los objetivos propuestos, se utilizó un enfoque cualitativo. Se recolectó y transcribió datos obtenidos a través de entrevistas realizadas a informantes clave, quienes son músicos y productores de Ciudad del Este que utilizan medios digitales en la grabación y distribución de música. Además, se realizó una revisión de artículos periodísticos y documentos relacionados con lanzamientos de álbumes, discos, festivales musicales, entre otros.

3.3. Población y muestra

El estudio se centra en músicos y productores de Ciudad del Este, muchos de los cuales están asociados a la entidad UMAP (Unión de Músicos del Alto Paraná).

La población objetivo de este estudio está compuesta por músicos y productores de Ciudad del Este que utilizan medios digitales en su trabajo. La muestra se seleccionó de manera intencional, incluyendo a informantes clave con amplia experiencia y conocimiento en la industria musical de la región. Se aplicaron criterios de selección como la relevancia y diversidad de las trayectorias artísticas y los géneros musicales representados.

3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos

Para recopilar datos relevantes, se implementaron entrevistas en profundidad. Según Lozano (1983), la entrevista es una técnica valiosa en la investigación cualitativa, ya que permite obtener datos a través de conversaciones con un propósito específico. Además, se utilizó un breve cuestionario para obtener información directa de los representantes con experiencia en la industria musical.

Las entrevistas en profundidad, como principal técnica de recolección de datos, se ejecutaron en un entorno cómodo y propicio para fomentar la expresión abierta de los participantes. Se utilizó un guion semiestructurado de preguntas, el que abarcó temas relacionados con la producción y distribución musical, el uso de herramientas digitales, la autogestión de la carrera artística y la percepción sobre las plataformas digitales.

Además de las entrevistas, se realizó una revisión exhaustiva de la literatura existente, compuesta por artículos periodísticos, informes sectoriales y análisis realizados por expertos del campo musical. Esta revisión proporcionó información complementaria y contextual para enriquecer el análisis de los datos cualitativos.

Los datos recopilados se complementaron con información obtenida a través de la participación en conferencias, charlas y debates sobre el mercado de la música en diferentes entornos, como universidades, eventos del Ministerio de Cultura y sedes de asociaciones de músicos. También se accedió a otras fuentes de información, como exposiciones de profesionales de diversas áreas (agentes de prensa, periodistas, productores, *managers*, músicos, críticos, etc.) y análisis realizados por expertos del sector.

3.5 Procedimientos

Después de aplicar los instrumentos y técnicas mencionadas, se recopilaron los datos para su posterior revisión, organización y análisis. Esta fase del proceso de investigación fue crucial, ya que reveló el panorama general respecto al tema y permitió evaluar el estado actual.

3.6 Consideraciones éticas

En la presente investigación, las relaciones entre investigador y participantes se enmarcaron en la reciprocidad que hace parte del consentimiento mutuo. La decisión se toma teniendo en cuenta el contexto, las características de los actores sociales, las condiciones en las que se desarrolla el trabajo y los acuerdos logrados por los participantes.

4. Resultados

Se expone, en esta sección, un análisis detallado del impacto de las nuevas tecnologías en la producción y distribución musical, sobre la base de la recopilación de información y los resultados obtenidos a partir de cuestionarios y entrevistas realizadas a músicos de la ciudad.

En relación con la producción musical, se observó que la mayoría de los músicos utiliza de manera efectiva las nuevas herramientas disponibles, como los programas Cubase, Ableton Live o Protools, aprovechando sus estudios caseros para grabar canciones e ideas. En cuanto a la promoción, las redes sociales, especialmente Instagram y Facebook, son las plataformas más utilizadas. Además, muchos músicos han incursionado en la transmisión en vivo para interactuar con el público, con lo cual demuestran un claro interés en utilizar estas herramientas en su carrera artística.

Los productores compartieron sus experiencias en la transición de la tecnología analógica a la digital, y destacaron el proceso de adaptación y aprendizaje de las nuevas herramientas para mantenerse actualizados. Es importante mencionar que algunos músicos han obtenido ingresos a través de plataformas de *streaming* como *Spotify* o *YouTube*, aunque estas regalías resultan insuficientes para ser consideradas una fuente de ingresos viable. Por lo tanto, las plataformas digitales se utilizan principalmente para la accesibilidad del público y la promoción de la música.

Los datos recopilados revelan los beneficios obtenidos con la implementación de estas nuevas herramientas en la producción musical. La disponibilidad de estudios caseros ha impulsado el desarrollo y el interés en la producción musical, y ha permitido la apertura de nuevos estudios de grabación gracias a la mayor accesibilidad en los costos de los equipos necesarios.

La percepción general de los músicos y productores respecto a los avances en la producción y distribución musical con el uso de las nuevas tecnologías muestra un consenso sobre los beneficios obtenidos. Se destaca la mayor accesibilidad y practicidad en comparación con los sistemas analógicos anteriores, que eran costosos e imprácticos. Además, se menciona la posibilidad de interactuar directamente con el público y la capacidad de acceder al contenido musical desde cualquier lugar. Estas herramientas también han facilitado la autogestión y la promoción del contenido musical.

No obstante, al analizar las ventajas y desventajas del uso de estas nuevas herramientas digitales, se reconoce la existencia de variables desfavorables para la producción musical. Algunos productores mencionaron la centralización en la producción y el mercado musical, donde el crecimiento observado en la capital no se refleja en otras ciudades, como Ciudad del Este. La mayor demanda, las posibilidades de educación y la amplia oferta de estudios y músicos de sesión son factores que llevan a muchos artistas y productores a migrar en busca de mejores oportunidades.

En cuanto a la distribución musical, se destaca el cambio significativo de los formatos físicos, como los CD y los casetes, hacia las plataformas digitales en la región. Sin embargo, las ganancias generadas en estas plataformas son escasas y no logran cubrir los gastos básicos, lo que representa un retroceso para los músicos. Esto ha llevado a la necesidad de buscar otras fuentes de ingresos.

5. Conclusión

Tras un exhaustivo análisis de la información recopilada, se ha logrado abordar de manera satisfactoria cada una de las interrogantes planteadas al inicio de la investigación, lo que permitió alcanzar los objetivos propuestos.

El objetivo inicial de identificar las nuevas tecnologías utilizadas por los músicos populares de Ciudad del Este en su carrera artística ha sido cumplido a través de un análisis detallado. Se ha constatado el uso de diversas herramientas tecnológicas, como estaciones digitales de trabajo, a citar: Cubase, Protools, Studio One o Reaper, que integran instrumentos virtuales, *plugins* de audio, afinadores de tono, secuenciadores, modeladores de efectos, librerías de sonidos, transcritores de partituras y una variedad de herramientas adicionales, como los efectos de reverberación que permiten emular acústicas de diferentes salas, y el *timestretch*, que facilita la adaptación o modificación del audio a un tempo específico. Estas tecnologías han ampliado significativamente las posibilidades en el procesamiento y modelado del sonido.

En relación al objetivo de describir los avances en la producción musical de la región como resultado del aumento y la accesibilidad de la tecnología, se ha evidenciado un notorio progreso en la producción musical gracias al fácil acceso a potentes herramientas de edición, lo cual ha llevado a una mejora general en la calidad del audio. Además, se destaca la apertura de los *Home studios* por parte de los músicos, impulsada por el bajo costo de los equipos básicos necesarios. Esta tendencia ha generado un mayor interés en la producción musical y sus procesos asociados.

En cuanto al objetivo de determinar las estrategias de *marketing* digital utilizadas por los músicos para promocionar su música, se comprueba el uso generalizado de nuevas herramientas digitales con ese propósito. Entre estas estrategias se encuentran la promoción de nuevos materiales en redes sociales, como Instagram y Facebook; la interacción con la audiencia a través de videos interactivos; y, la realización de transmisiones en vivo para los seguidores y fans, servicios resultan muy populares en dichas plataformas.

Con respecto al objetivo de identificar las plataformas digitales de distribución más rentables en la actualidad, se ha determinado que los músicos de la región utilizan principalmente plataformas como Distrokid, Amuse y ONErpm debido a las ventajas y rentabilidad que ofrecen.

Los datos obtenidos en esta investigación demuestran que el panorama actual de la producción y distribución musical en la ciudad se encuentra en pleno desarrollo, y la adopción de nuevas tecnologías ha generado cambios significativos en la forma de distribuir la música para su consumo posterior. Sin embargo, los artistas han enfrentado desafíos, especialmente en lo que respecta a la escasa retribución por parte de las plataformas digitales, que han desplazado

por completo a los discos físicos. A pesar de las ventajas proporcionadas por las herramientas digitales, como una mayor libertad creativa, visibilidad e interacción directa con los seguidores, aún no se han traducido en beneficios sostenibles para los artistas; es decir, no constituyen una fuente rentable de ingresos.

Como complemento a esta investigación, se sugiere analizar modelos de pago más equitativos por parte de las plataformas de *streaming* y redes sociales, que favorezcan a todos los sectores involucrados y promuevan su uso y crecimiento de manera justa. Este trabajo investigativo proporcionará un punto de partida para aquellos que se inician en el mercado musical de la región, brindándoles una visión más clara de la producción y distribución musical.

Bibliografía

Arango, F. E. (2018). Los modelos de negocios digitales en la industria discográfica (1999 – 2016): Propuesta de una empresa musical en internet [Tesis Doctoral]. Universidad de Málaga (RIUMA): riuma.uma.es

Lamacchia, M. C. (2017). La música independiente en la era digital. (Tesis de posgrado). Bernal, Argentina. Universidad Nacional de Quilmes. <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/727>

Alvarez-Gayou, J. (2003). Cómo hacer investigación cualitativa: Fundamentos y Metodología. México: Paidós.

Lozano, M. (1983). Diccionario de Ciencias de la Educación, Vol. 1. México: Santillana.