

# **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**



## **Percepción y uso de plataformas digitales como Facebook, Instagram, YouTube, Spotify, Deezer, como estrategia de visibilización de los músicos independientes del municipio de Bello.**

John Mario Muñoz Taborda

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Comunicación Social - Periodismo

mayo de 2020.

**Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

**Percepción y uso de plataformas digitales como Facebook, Instagram, YouTube, Spotify, Deezer, como estrategia de visibilización de los músicos independientes del municipio de Bello.**

John Mario Muñoz Taborda

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Comunicador Social

- Periodista

Asesor(a)

Wilmar Daniel Gómez Monsalve

Título académico

Comunicador social, Mg. Comunicación digital.

Doctorado en Comunicación, información, tecnología en la sociedad red.

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Comunicación Social - Periodismo

mayo de 2020

## **Tabla de contenido**

1.	Introducción.....	1
2.	Definición del problema.....	3
2.1.	Planteamiento del problema.....	3
2.2.	Pregunta problematizadora.....	5
2.3.	Delimitación.....	6
3.	Justificación.....	7
3.1.	Objetivos.....	8
3.1.1.	Objetivo general.....	8
3.1.2.	Objetivos específicos.....	8
4.	Marco Referencial.....	9
4.1.	Antecedentes.....	9
4.2.	Marco Teórico.....	12
4.3.	Marco Contextual.....	18
4.4.	Marco conceptual.....	20
4.4.1.	Categorías.....	21
4.5.	Marco legal.....	26
5.	Diseño Metodológico.....	30
5.1.	Técnicas de Recolección de Información.....	30

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

5.2.	Análisis e interpretación de la información.....	41
6.	Resultados. ....	44
6.1.	Sobre el Uso .....	44
6.2.	Sobre la Percepción. ....	47
6.3.	Sobre el impacto .....	49
7.	Conclusiones.....	52
8.	Referencias. ....	58
9.	Anexos .....	62

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

### **Tabla de ilustraciones**

Ilustración 1 Municipio de Bello por comunas .....	19
Ilustración 2. Evolución de la población del municipio de Bello, 1985-2018.....	20
Ilustración 3. Preferencia de red social.....	45
Ilustración 4. Tipo de contenido publicado. ....	45
Ilustración 5. Responsable de la curación de contenidos. ....	46
Ilustración 6. Público objetivo. ....	47
Ilustración 7. ¿Las redes sociales son suficientes para obtener mayor visibilización? ...	48
Ilustración 8. ¿Puede un artista prescindir de las redes sociales? .....	48
Ilustración 9. Puntaje subjetivo sobre la utilidad de las redes sociales. ....	49
Ilustración 10. Impacto en la consecución de contratos. ....	50
Ilustración 11. Redes sociales con mayor impacto. ....	50
Ilustración 12. Cualidades del contenido efectivo .....	51

## **Índice de tablas**

Tabla 1. Preguntas del cuestionario según la categoría implicada. ....	39
Tabla 2. Cantantes objeto de estudio y etiquetado. ....	62

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

### **Resumen.**

El arte en el municipio de Bello está cayendo en picada, tanto como las estructuras físicas de los espacios de aprendizaje como: La casa de la cultura, “Cerro del Ángel”, al igual que la Escuela de Músicos de Bello, geográficamente situada en la estación Bello del Metro de Medellín, en la estación antigua del ferrocarril, son zonas que no cuentan con los suficientes recursos para que haya un espacio adecuado, donde los artistas puedan explotar al máximo sus conocimientos. Éste trabajo investigativo, pretendió dar a conocer la situación del músico bellanita, siendo un personaje que está sujeto a unas dinámicas complicadas. a veces, el panorama se pinta gris para la proyección de su arte, de parte de los organismos culturales sobre la poca participación y el escaso apoyo en los escenarios de dominio público, los artistas necesitan ser reconocidos y tener una visibilidad para la proyección de su música de manera profesional, contribuyendo de alguna manera al fortalecimiento de la cultura del municipio.

A partir de la identificación de la problemática, existe un mecanismo indispensable, para este proyecto investigativo y es el crecimiento de los artistas independientes en un nuevo sistema tecnológico, donde la mayor parte del mercado y los movimientos comerciales del mundo, se están dando a través de internet; por lo tanto las plataformas digitales, como YouTube, Facebook, Instagram y plataformas directamente de reproducción musical como Spotify y Deezer, son necesarios para los artistas, que deben consignar en estas plataformas sus creaciones artísticas y de esta manera poder ser organismos en busca de la visibilización

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

de su arte en el mercado musical, generando así una proyección profesional de los artistas independientes.

### **Palabras Claves:**

Visibilización, músicos, músicos independientes, municipio de Bello, Plataformas Digitales.

**Abstract.** Art in the municipality of Bello is plummeting, as well as the physical structures of learning spaces such as: The house of culture, "Cerro del Ángel", as well as the School of Musicians of Bello, geographically located in the Medellín Metro Bello station, at the old railway station, they are areas that do not have enough resources for an adequate space, where artists can fully exploit their knowledge. This research work, tried to present the situation of the Bellanita musician, being a character who is attached to complicated dynamics. Sometimes, the panorama looks gray for the projection of their art, on the part of the cultural organizations on the low participation and the little support in the public domain scenarios, the artists need to be recognized and have a visibility for the projection of their Professional music, contributing in some way to strengthening the culture of the municipality.

From the identification of the problem, there is an indispensable mechanism, for this research project, and, it is the growth of independent artists in a new technological system, where most of the market and the commercial movements of the world, are taking place through Internet; therefore, digital platforms, such as YouTube, Facebook, Instagram and



## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

platforms directly for music playback such as Spotify and Deezer, are necessary for artists, whom must record their artistic creations on these platforms and thus be able to be organizations looking for the visibility of his art in the music market, generating a professional projection of independent artists.

### **Keywords:**

Visibility, musicians, independent musicians, municipality of Bello, Digital Platforms.

# Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello

## 1. Introducción.

La presente investigación se realizó en el municipio de Bello, el cual está ubicado en el norte del Valle de Aburrá del departamento de Antioquia. “Sebastián Roldan, desde la Unidad de Víctimas del municipio de Bello, como alimentador de las cifras de desempleo del país, nos aseguraba que: dada la gran cantidad de sus habitantes, según el censo más actual, el municipio cuenta con alrededor de 750 mil a 800 mil personas; no obstante, de manera extraoficial se considera que tiene muchos más habitantes, alrededor del millón”. (S. Roldán, comunicación personal, 12 de marzo de 2019). A causa de su numerosa población, es conocida como la “*Medellín más pequeña*”, pero lo más llamativo es el seudónimo que la caracteriza como “*Bello, Ciudad de Artistas*”.

Este último seudónimo se debe principalmente a que el municipio de Bello tiene una gran diversidad en la oferta artística: pintores, actores de teatro, artistas plásticos y músicos de diferentes géneros, formándose así, un paisaje de arte en todo el territorio bellanita, siendo así de esta manera un contexto fértil para investigaciones cuyo objeto de estudio está orientado hacia las dinámicas del arte. Debido a esto, la siguiente investigación se realizó con el motivo de poner en contexto la situación de algunos de los músicos independientes del municipio de Bello, que han optado por impulsar su imagen y marca artística a través de diversas plataformas digitales, ya que los medios tradicionales de participación cultural, específicamente aquellos dispuestos por el Municipio, no se han mostrado suficientes para la visibilidad y consecución de contratos, que impulse a los artistas a tener una dependencia de su quehacer, de lo que los mueve y los hace crecer en el ámbito de su industria.

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

Los artistas bellanitas tienen, por su parte, un gran respaldo de aquellos individuos y algunos colectivos de personas interesados por la integridad y el esparcimiento del ingenio y la oferta artística, que por cierto es bastante amplia, donde los espacios culturales que existen en el territorio, se pretenda que estén dispuestos para sus presentaciones y expresiones artísticas: establecimientos que ofrecen música en vivo, exposiciones de pinturas, casas culturales. Estos espacios potencializan la visibilización local para muchos artistas que merecen y necesitan surgir del anonimato, posicionarse dentro de la industria y ser competitivo, pero no son suficientes para la conquista del mercado nacional e internacional, porque no tienen el suficiente apoyo y un respaldo significativo, de parte de la administración local, de los entes culturales del municipio,

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, los sujetos puntualmente escogidos para este estudio investigativo, son músicos independientes del municipio de Bello, que han demostrado que tienen una proyección enfocada a conseguir la mayor visibilización, en muchos de los ámbitos disponibles para la circulación de su pasión como músicos, siendo capaces de luchar por conseguirlo, porque es su gran pasión, además de ser también por lo que han trabajado a través del tiempo, por el significado que tiene el arte para ellos, el potencial cultural del municipio, todo el tiempo invertido y lo que se han esforzado para su crecimiento artístico. Esto que se acabó de mencionar anteriormente, empieza generar una idea, en la búsqueda de algún instrumento, como alternativa de apoyo, para que trascienda el artista más allá de lo que puede lograr con una administración municipal, que se queda muy corta al momento de crear y aportar significativamente con una ayuda para un músico independiente que la necesita, por eso, se pretende mostrar otra opción de visibilización al personaje musical, a partir del uso de una herramienta, capaz de mostrar de manera global

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

los contenidos y actividades de cualquier individuo en el mundo y es internet, como un mecanismo posible a través de las redes sociales para generar un gran impacto en el aumento de la visibilidad de los intérpretes solistas del municipio.

La línea de investigación desde la cual este trabajo se construyó fue “Imagen, representación e identidad”, ya que el trabajo desde las redes sociales implica la construcción de una identidad digital que proyecta una imagen y se representa visualmente a partir de los contenidos que se publican. Igualmente, el análisis estuvo mediado por la identificación de elementos, factores, condiciones y acciones que intervienen en el consumo cultural de la música y en la interacción digital entre grupos humanos.

### **2. Definición del problema.**

#### **2.1. Planteamiento del problema.**

Los artistas independientes del municipio de Bello presentan con frecuencia serios problemas para su empleabilidad y visibilización: la falta de recursos, la precaria oferta de espacios diurnos y nocturnos para desempeñarse, y las condiciones de inestabilidad en términos laborales en las que se mantienen, contribuyen a que permanezcan invisibilizados; de allí, la importancia de explorar cómo los artistas vienen ofertando sus servicios en otros escenarios, como los son las redes sociales. “El comunicador social y periodista, Docente de Marketing Digital y Cofundador de Belka Company, Juan Pablo Giraldo Muñoz, explica que: los diferentes entornos digitales, crearon la revolución industrial de la industria de la música, teniendo una mirada de diferentes puntos como por ejemplo la demanda que cae en los artistas de crear más contenido, un artista no puede pensar en sacar un trabajo discográfico cada periodo de tiempo considerado, sino que debe pensar en sacar sencillos,

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

de manera más inmediata para alimentar el flujo de las difusiones musicales, cambiando así un poco la dinámica de la industria”. (J. Giraldo, comunicación telefónica, 27 abril de 2020). No se puede pretender dejar a un lado la importancia de la inmediatez, que proponen como obligación los entornos digitales, que están abiertos a todo público, como uno de los principales motivos de ser proactivos, para no quedarse atrás en la generación de impactos considerables de la industria musical.

Para este caso concreto, los artistas en muy pocos casos son considerados, reconocidos y tomados en cuenta para participar en los diferentes escenarios culturales de Bello, mostrando así el talento local, de los llamados artistas bellanitas, a través de diferentes factores, entre ellos y no el menos importante, el presupuesto económico, para potencializar de manera asertiva el crecimiento popular del individuo o del colectivo artístico en el medio, “Jonathan Carmona desde la dirección de juventud del municipio de Bello, declaró que el alcalde anterior César Suárez Mira, en el periodo de 2016 a 2019, no tuvo mayor interés en el apoyo a los jóvenes de la municipalidad, siendo mínimas las actividades, los proyectos y programas, simplemente un evento de la semana de la juventud, donde participaban como máximo cuatro bandas musicales, tres de ellas, que no tenían nada que ver con el municipio y la última banda de las cuatro, era una a la que ya era costumbre escucharlos en los diferentes escenarios, sin darles oportunidad alguna a los nuevos artistas, de poder mostrar su talento y además de esta problemática el presupuesto destinado para estos encuentros culturales, siempre desaparecía o era poco, sin alguna razón clara, todo lo que sucedía era solo una fachada, apenas ahora en la nueva administración, debido a la insistencia de los organismos a favor del arte, es que se viene teniendo en cuenta a los diferentes individuos del municipio en las participaciones culturales, pero sigue siendo un

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

trabado de todos los días”, (J. Cardona, comunicación telefónica, 01 de Mayo de 2020). Los protagonistas de la ciudad de Bello, “cuna de artistas”, como respuesta a su vocación y proyecto de vida, todos los músicos independientes deben utilizar los diversos mecanismos posibles, físicos y digitales para la difusión de su actividad musical.

Es por lo anterior que se hace necesario que se conozca la situación de los músicos bellanitas, donde las condiciones económicas, sociales y sobre todo de seguridad han influido en la disminución de la oferta cultural, principalmente por la falta de apoyo en la transmisión y esparcimiento de su arte, pues no se está considerando al músico como un trabajador de la cultura que engrandece el espíritu de los pueblos. Además de las anteriores condiciones, la labor de los músicos se circunscribe a un ámbito muy estrecho con relación a los mecanismos y regímenes de seguridad social.

De esta manera, se hace necesario preguntarse por cómo es la participación cultural y de oferta recreativa de los músicos bellanitas a partir del uso de estos nuevos canales, si es lucrativa o productiva su labor, de qué estrategias se valen para ingresar al mercado laboral y si lo hacen por cuenta propia; lo que al fin de cuentas resume en indagar sobre los esfuerzos por incrementar la propia visibilidad, ya que es precaria la política pública municipal en materia de apoyo a este tipo de artistas.

### **2.2. Pregunta problematizadora.**

¿Cuál es la percepción y uso de las plataformas digitales como estrategia para la visibilización de los músicos independientes del municipio de Bello?

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

### **2.3. Delimitación.**

Como se ha venido afirmando en los apartados anteriores, esta investigación se circunscribe en el municipio de Bello, en una población muy específica que son los músicos independientes. De estos músicos, se escogieron a su vez aquellos que están buscando a partir del uso de redes sociales hacer más visible su arte, consiguiendo así proyectarse en otros espacios y mejorar su propio reconocimiento, apoyo y aceptación. En pocas palabras, son músicos que son conscientes de la vulnerabilidad por la que pasan desde los organismos de cultura, este grupo también está interesado en el mercado actual y, por lo tanto, han optado por incursionar en el mercado digital. En total, se analizaron 10 artistas bellanitas independientes que no solo hacen uso de las presentaciones en los espacios físicos posibles para la distribución de su música, sino que también conocen estas plataformas, disponibles para la proyección necesitada, se apropian de ellas y hacen diferentes contenidos para lograr la comercialización de sus productos musicales.

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

### **3. Justificación.**

El asunto de la visibilización de los artistas del municipio de Bello no es nuevo, por ejemplo, se conoce que “Organizaciones artísticas y culturales del municipio de Bello se movilizaron para exigir tanto a la administración local como al gobierno nacional, la dignificación del sector artístico del país y un aumento del presupuesto destinado para estos fines” (Por Agencia de Comunicación Alternativa, 2017). Lo anterior, da clara cuenta de ciertos niveles de organización de los artistas locales para reclamar espacios para la cultura.

Ciertamente, es un problema que el arte deje de ser trascendental en un municipio que se considera “cuna de artistas” y comience a convertirse en una disciplina no comerciable y no participativa, limitándose meramente al estudio y a una práctica no comercial, ocasionando que los artistas no puedan vivir de lo que hacen ni consigan suficientes escenarios de promoción de su arte. Por tal razón, los artistas han emigrado al mundo digital, haciendo necesario que adquieran nuevas habilidades para su proyección y visibilización.

Esta nueva dinámica requiere a su vez de un estudio para conocer la efectividad de este tipo de medios en la consecución de contratos. Los estudios sobre el uso de las redes sociales como plataformas de visibilización han sido comunes en la última década; no obstante, son casi nulas las investigaciones que ha incursionado sobre los hábitos de los músicos en relación con estas plataformas y el impacto que tienen estas en la visibilización artística.

Bajo esta lógica, esta investigación buscó hacer un diagnóstico de la situación del artista musical en el Municipio de Bello para conocer su accionar a través de redes sociales: su



## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

percepción, su uso y el impacto que tiene de ellas. Como resultado, se espera aportar en la identificación de las mejores prácticas para que otros músicos puedan replicarlas.

La ausencia de investigaciones similares y que la información disponible sea aplicada a otros sectores, hizo necesaria la realización de esta investigación para profundizar sobre un fenómeno más bien desconocido. Por último, además de la consulta de fuentes documentales de información, uno de los aportes más significativo de este trabajo de grado fue la recolección de información de fuentes directas, acudiendo así, a partir de entrevistas estructuradas, a diez artistas que describen su propio uso y percepción de las plataformas digitales, dando fe de las prácticas realizadas de primera mano.

### **3.1. Objetivos.**

#### **3.1.1. Objetivo general.**

Analizar el uso, la percepción y el impacto que tienen las redes sociales en la visibilización de algunos de los músicos del Municipio de Bello a través de sus experiencias personales para así reconocer las mejores prácticas.

#### **3.1.2. Objetivos específicos.**

- Describir el uso que le dan algunos de los músicos de Bello a sus propias redes sociales a partir del modo en que realizan el proceso de curación de contenidos.
- Identificar las percepciones e imaginarios sobre las redes sociales que tienen algunos de los músicos de Bello en relación con la visibilidad.

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

- Verificar el impacto de las estrategias implementadas por algunos de los músicos de Bello en relación con el uso de sus redes sociales oficiales en términos de contratación laboral, reacciones e interacciones.
- Reconocer las mejores prácticas de algunos de los músicos de Bello en la promoción de los productos musicales a través de redes sociales que puedan luego emplearse como recomendaciones para otros artistas.

### 4. Marco Referencial.

#### 4.1. Antecedentes.

Las primeras investigaciones cuyo objeto de estudio estuviese centrado en los comportamientos sociales derivados del uso de las redes sociales para incrementar la visibilidad se realizaron en el año 2008, según la base de datos Scopus. Estas se centraron en dos aspectos diferentes. La primera de ellas, desarrollada por Bäck et ál. (2008), analizó la relación entre el uso del etiquetado y la visibilidad que se obtiene a través de este. Como resultado, descubrieron que las redes sociales, así como algunas aplicaciones móviles, que incorporan la descripción por etiquetas, también conocidas como *tags*, posibilitan tener un mayor impacto y visibilidad social, ya que las etiquetas no son solo palabras claves que describen el contenido de lo que se comparte, sino que ofrecen funcionalidad, permitiendo crear enlaces dinámicos bajo los cuales un usuario puede consultar contenidos similares; de lo anterior, se deduce que entre más etiquetas se utilicen mayor probabilidad hay de ser identificado por otros usuarios. Esta investigación titulada “Tags and tagging: Creating meanings, organizing, and socializing with metadata” estableció entonces un punto vital en la comprensión de un uso efectivo de las redes sociales para lograr una alta

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

visibilidad. Aparecen con esta nueva comprensión, nuevos comportamientos en los usuarios, quienes ahora empezaran a darle mayor valor a la forma en que se comparten los contenidos culturales, de entretenimiento y de información.

La segunda investigación que data del mismo año fue realizada por Fichter y Wisniewski (2008). Ellos llevaron los análisis bibliométricos, desarrollados tradicionalmente por los profesionales de información, al campo de las redes sociales. Al aplicar análisis cuantitativos a la actividad realizada por el usuario detectaron factores importantes que están relacionados con la visibilidad y la reputación digital. Las mejores prácticas fueron adoptadas por el marketing, quienes emplearon las técnicas a favor de la promoción y la publicidad, siendo una herramienta de comunicación masiva a un menor costo.

Anterior al 2008, las investigaciones sobre visibilidad únicamente estaban enfocadas al mercadeo y a la promoción de las labores profesionales por medios físicos, como las pancartas, las vallas, la publicidad impresa. Con el surgimiento de la web 2.0 y, concretamente, con las redes sociales, los estudios sobre los comportamientos de los usuarios se intensificaron al popularizarse estas plataformas. Hasta el 2010 la producción fue más o menos escasa sobre el tema, pero luego del nacimiento de redes como Instagram la producción se intensificó y fue en aumento. Para el año 2019, Scopus registró 133 investigaciones nuevas publicadas. En el 2020, hasta mediados de marzo, la producción era igual a la que se logró para el año 2013. Esta tendencia hacia el crecimiento solo denota la preocupación científica actual por comprender el comportamiento social a través de las redes sociales.

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

Junto con la investigación científica, aparecen nuevos profesionales y prácticas que modifican e intervienen la cultura digital. Luego de las dos publicaciones del 2018, Bhargava, en el año 2009, anuncia el surgimiento del curador de contenidos (en inglés, *contentcurator*). Esta persona o profesional es aquel que reúne un conocimiento especializado sobre las mejores prácticas en el uso de redes sociales, generando mensajes efectivos con altas reacciones e interacciones que se traducen, inevitablemente, en una mayor visibilidad y en una reputación digital positiva. La curación contenidos dio entonces las bases metodológicas suficientes para comprender todo el proceso de la publicación por redes sociales.

Las investigaciones que sucedieron tuvieron muy presente los planteamientos de Bhargava y se concentraron en dilucidar los distintos modelos de curación de contenidos y su aplicación en diferentes disciplinas. De este modo, los antecedentes de esta investigación son todos estos trabajos mencionados anteriormente que, de una u otra forma, aportaron para la comprensión teórica y metodológica del uso de las redes sociales.

De toda la producción a nivel internacional, resalta un estudio llamado “The role of new and social media in Tanzanian Hip-Hop production” de Kibona Clark (2014). Este artículo es uno de los pocos que aparecen que relaciona el uso de las redes sociales con la visibilidad para un sector específico de la música: el Hip-Hop; siendo una investigación similar a la que se propone en este trabajo de grado. Tomó como referente algunos artistas populares de Tanzania y analizó el comportamiento en sus redes sociales oficiales. De este estudio, se llegó a la conclusión de que el uso de redes sociales incrementa significativa la visibilidad global la comunidad hip-hip de Tanzania.

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

Por su parte, en Colombia, las investigaciones aplicadas sobre visibilidad en redes sociales se han visto circunscritas, más que todo, a la divulgación científica y al estudio de los comportamientos sociales, así lo demuestra los artículos indexados a bases de datos y metabuscadores (como Google Académico o Jurn). Sobre su aplicación para el estudio de la divulgación y comercialización de productos artísticos no se halló ningún documento relevante.

En conclusión, de la revisión de los antecedentes se puede afirmar que es necesario la realización de más investigaciones enfocadas en analizar estrategias para la visibilidad de los artistas, especialmente, de los músicos. A nivel internacional, la información es escasa, y a nivel nacional, casi nula. Por lo tanto, esta investigación se propuso a sumar un poco de conocimiento sobre las prácticas de los músicos bellanitas para procurar incentivar más investigaciones de este tipo.

### **4.2. Marco Teórico.**

Este trabajo tiene como base teórica los estudios culturales. Antes de abordar el tema central es necesario dilucidar el concepto de cultura y su importancia, específicamente cuando se rastrea desde sus orígenes espirituales. Al analizar los paradigmas epistemológicos y sus delimitaciones teóricas, las cuales ofrecen nuevas interpretaciones del mundo y formas metodológicas que posibilitan la comprensión de sistemas complejos, se encuentra que las tendencias tradicionales e imperantes en el ámbito disciplinario han sido sometidas a redefiniciones y, por consiguiente, susceptibles de cambios cualitativos importantes. Uno de los cambios que se presentó en el plano teórico es una revaloración de tipo procedimental: la interrelación de los estudios en el conocimiento (inter y

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

transdisciplinariedad); ocasionando que la visión del objeto empiece a extenderse. Por ejemplo, la terminología no se arraiga en un sistema mono-sémico y unilateral, sino que los términos y saberes de otras áreas se extrapolan y nombran aspectos diferentes de los fenómenos. Por tal motivo, la naturaleza de la investigación no solo se enmarca dentro del proceso de abstracción, que en latín se compone del prefijo *ab* que significa separación, sino que busca concebir y llevar a cabo una integralidad, una síntesis (palabra griega que significa elementos unidos, composición.)

Los estudios culturales se mueven en esta última perspectiva. Es una conexión de diversas disciplinas para constituir un enfoque o múltiples enfoques que buscan correlaciones entre sus métodos y conceptos, lo que se conoce como pluri-lateralidad en la teorización. No obstante, hay que hacer la siguiente salvedad: los estudios culturales no son una teoría o una macro-teoría, sino un conjunto de estudios, como su nombre lo indica, que comparten elementos estructurales semejantes, temas en común, etc., y que terminaron por convertirse en una línea de investigación con su propia identidad que puede ser reconocida de otros estudios.

Para comprender mejor esto, hay que apelar a la génesis y a su contexto histórico, ya que, para comprender mejor una realidad, es menester trazar una línea esquemática y temporal con el fin de visualizar su evolución.

Si se habla de estudios culturales hay que esclarecer primero el concepto de cultura. Muchos autores han escrito sobre la cultura y sus matices, pero es necesario remontarse a sus orígenes. En la antigua Grecia, siglo IV a.c., los cambios sociales e institucionales, las nuevas operaciones técnicas, las formas democráticas, el desarrollo de la ciudad Estado,

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

entre otros, crearon en el espíritu griego el concepto de animal político, animal dotado de logos. Con estas nociones claras y definidas, pudieron establecer la diferencia que los caracteriza del resto de los seres vivos: la filosofía, el arte, la música, la poesía, la geometría. Ellos se dieron cuenta que el hombre dominaba los conocimientos y otorgaba sentido a las cosas. Por lo tanto, los griegos entendían la cultura como un proceso histórico en donde el hombre se diferencia de los animales por sus conocimientos técnicos y científicos, y por ser pensado, como afirmaba Aristóteles (2015), como una unidad indivisible en el espacio vital de la *polis*.

El estudioso alemán Werner Jaeger (1994) dice en la introducción de su obra maestra *Paideia: Los ideales de la cultura griega*, con plena conciencia de la afirmación, que aquello que los modernos denominan cultura no empieza antes de los griegos. La tesis de que la cultura comienza con los griegos debido a su situación histórica, que más arriba se esbozó, es muy importante porque la devuelve a la fuente espiritual, al fundamento del concepto de cultura. Esto hay que tenerlo presente a la hora de hablar de estudios culturales, ya que se puede encontrar el término cultura empleado de un modo frívolo en algunos autores que desconocen este planteamiento:

Hoy estamos acostumbrados a usar la palabra cultura, no en el sentido de un ideal inherente a la humanidad heredera de Grecia, sino en una acepción mucho más trivial que la extiende a todos los pueblos de la tierra, incluso a los primitivos. Así entendemos por cultura la totalidad de manifestaciones y formas de vida que caracterizan a un pueblo. La palabra se ha convertido en un simple concepto antropológico descriptivo. No significa ya un alto concepto de valor, un ideal consciente. (p. 6)

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

Después de la advertencia sobre el uso poco profundo del concepto de cultura, expuesto de manera lúcida por el pensador alemán, ahora sí puede introducirse de manera crítica los estudios culturales. El contexto temporal de los estudios culturales es determinado y complejo. También, las causas por las cuales surgieron tienen un trasfondo epistemológico y social. Los estudios culturales surgen en Inglaterra en la década de los 60 del siglo XX. El mundo Occidental, y sobre todo la sociedad inglesa, en el periodo de posguerra, se caracteriza por un nivel alto de anuencias de tipo social, político y económico. Los sectores conservadores y tradicionales toman fuerza y adquieren repercusión en las decisiones políticas. Paralelo a este desarrollo, se producen luchas sociales, particularmente de las clases menos favorecidas que vivieron el horror de la guerra. El fantasma del comunismo se extendía por todo Europa y había que exterminarlo a como diera lugar. Las teorías de Max y su visión económica determinista se asentaron en algunos sectores académicos y sociales. Por otra parte, la *comunisopinio* habla del modelo democrático imperante de los Estados Unidos. Otra corriente importante es el modelo dominante en el campo de los estudios de la comunicación, al cual se le denominó funcionalismo. El funcionalismo concibe los medios de comunicación como partes neutrales dentro de un sistema que funciona cohesionado, orgánicamente concebido, donde cada parte funciona independiente sin aislarse de la serie. Con el surgimiento de los medios de comunicación, y la propuesta de la teoría marxista sobre la alienación del proletariado, la investigación de los medios se centra en la crítica de esa aparente neutralidad de los elementos que funcionan en un sistema político y económico, y en estudiar la información que hay detrás de lo que se difunde en los medios. Hay unos intereses de enajenación y de manipulación por parte de instituciones y compañías que buscan llegar al público para vender sus productos o para moldear su manera de pensar. Recordemos que, en filosofía, la Escuela de Frankfurt marcó un



## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

precedente: Theodor Adorno, Max Horkheimer y otros pensadores hablaron de la industria de la cultura como un instrumento del capitalismo para manipular al proletariado.

De esta manera, los estudios culturales surgen como una reacción a las ideas de funcionalismo. Algunos de sus más importantes exponentes son Richard Hoggart, cuyo libro se publica en 1958 y se titula *The Uses of Literacy*, y Raymond Williams, con su libro *Estudios Culturales*, donde analiza y redefine el concepto de cultura (Sardar y Van Loon, 2005).

Los métodos utilizados en los estudios culturales no son métodos positivistas-cuantitativos. Los métodos y textos que utilizan provienen de la literatura y de los estudios antropológicos y la etnografía. En literatura, por su parte, se considera el texto y su estructura signica. Las corrientes más importantes en aquella época son la lingüística estructural de Soussure y la lógica de Peirce. Gracias a estos estudios, todas las manifestaciones culturales del hombre, un cuadro, un edificio, entre otros, se pueden interpretar como si fueran un texto o un conjunto de signos con un código. De estos objetos de análisis, las redes sociales no se escapan y pueden ser interpretadas en relación con las interacciones e intercambios culturales que generan (Sardar y Van Loon, 2005).

El interaccionismo simbólico, el cual hace parte de los estudios culturales de la Escuela de Chicago, parte de que las relaciones sociales establecen procesos de intercambio comunicacional que determinan que la opinión de cada uno está mediada por la opinión de los demás y los sujetos copien comportamientos para ser aceptados socialmente. Las redes sociales constituyen entonces un canal de mediación que es necesario revisar para determinar el papel que “ellos pueden estar cumpliendo hoy” (Martín-Barbero, 1987, p.

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

12). De esta suerte, el estudio de las plataformas digitales desde la perspectiva del interaccionismo conlleva a darles el lugar que tienen dentro de la configuración de los intercambios simbólicos, ya que a través de ellas pueden crearse significados del mundo que condicionen las acciones humanas, permean la construcción de la identidad y visión individual, y permiten la predicción del comportamiento de otros (Azpurúa, 2005)

En esta misma sintonía, McLuhan y Fiore (1987) afirman con respecto a la inclusión de los medios de comunicación en nuestra cultura que:

Los medios de comunicación son comprendidos como instrumentos, herramientas y tecnologías que, de forma paulatina, el ser humano incorporó en su relación con el entorno, convirtiéndose en extensiones de su cuerpo. Estas extensiones o prolongaciones surgen precisamente de la necesidad de relación con el entorno, propiciando una continuidad entre el ser humano y el mundo, en ambientes que terminan siendo percibidos como naturales (p.3).

Sobre estos mismos canales el ser humano realiza acciones que también ejecutaba en la vida real: relacionarse con otros seres humanos, emitir y consumir información, generar ganancias, obtener visibilidad, participar de comunidades. Estos comportamientos terminan por amoldarse a las posibilidades tecnológicas y pueden llegar incluso a ser más efectivos que los canales analógicos:

Internet es un instrumento que desarrolla, pero no cambia los comportamientos, sino que los comportamientos se apropian de Internet y, por tanto, se amplifican y se potencian a partir de lo que son. Esto no significa que Internet no sea importante,

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

quiere decir que no es Internet lo que cambia el comportamiento, sino que es el comportamiento el que cambia Internet. (Castells, 2000, p. 11)

Por último, la apropiación de los medios de comunicación digital, especialmente el de las redes sociales, es una tendencia propia del siglo XX que no solo modifica la manera en que las personas se relacionan para producir y consumir todo tipo de productos culturales, sino que a su vez ha modificado la esencia misma del internet, explicando el cambio de la web 1.0 a la web 2.0. Precisamente, la digitalización de la cultura en los últimos años ha promovido una generación juvenil nacida e inmersa en estas nuevas tecnologías, siendo estas percibidas como instrumentos propios de orden cultural (Piscitelli, 2008).

### **4.3. Marco Contextual.**

El municipio de Bello desde mediados de la década de los años 80 ha venido experimentando un crecimiento desmesurado de su población; hasta el punto en convertirse en el municipio del Valle de Aburrá, sin contar a Medellín, que más población recibió en las últimas tres décadas (Gómez Zapara y Bustamante Monsalve, 2017). Este crecimiento poblacional también hace que sean necesarias otras demandas, además de las relacionadas con las necesidades cotidianas, como son las culturales.

## Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello

*Ilustración 1 Municipio de Bello por comunas .*



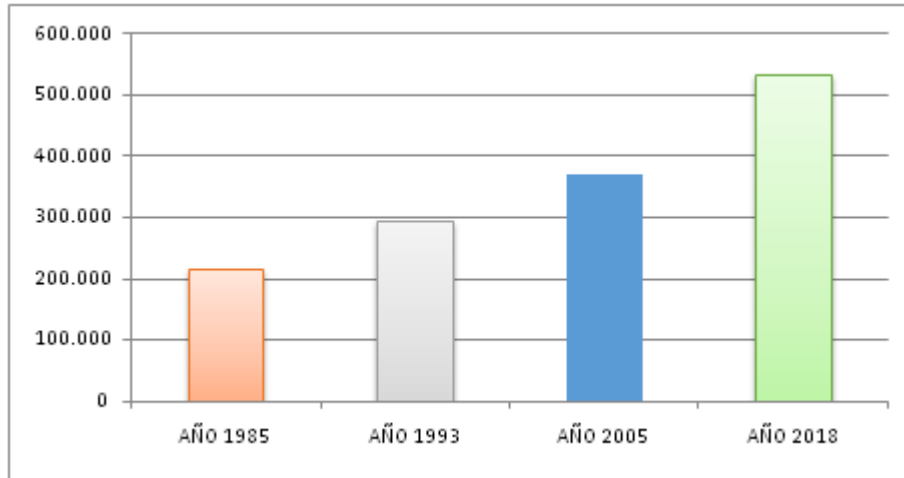
**Fuente.** *Plan Municipal de Gestión del Riesgo de Desastres*, de la Oficina de Gestión del Riesgo de Desastres (2015).

Para el caso de la población del municipio de Bello, para el año 2018, la proyección del Dane, calcula que el municipio es habitado por unas 750.000 personas.

Según el Dane, para 1985 el municipio tenía una población de 215.000 habitantes, que pasan a 295.000 en 1993 y a 372.000 en 2005. La figura 2 se da cuenta en términos estadísticos del crecimiento de la población en las últimas 3 décadas:

## Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello

*Ilustración 2. Evolución de la población del municipio de Bello, 1985-2018.*



**Fuente.** Información del Dane.

La evolución de la población es interesante tenerla en cuenta, pues según datos del Dane, esta no ha sido sólo vegetativa, sino que ha estado asociada a la migración forzada por efectos del conflicto armado interno. Igualmente, la población ha crecido por las decenas de urbanizaciones que se viene construyendo en el territorio bellanita, muy especialmente de Viviendas de Interés Social y Vivienda de Interés Prioritario, pues en comparación con las construcciones que se desarrollan en el sur del Valle de Aburrá, las del norte, caso el municipio de bello, suelen ofertarse a precios más módicos (Serna Montoya, 2017).

### 4.4. Marco conceptual.

A continuación, se van a definir las diferentes categorías relevantes para el trabajo de investigación, llevándose a cabo la importancia de cada una de ellas, que aporten conceptualmente a todo el contenido necesario para hacer hincapié en la importancia de la visibilización del músico en los diferentes escenarios posibles para la distribución y visibilización de su arte.

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

### 4.4.1. Categorías:

#### ***Músicos creadores, compositores; en otras palabras, el músico es arte***

Los músicos son entendidos de manera literal, según el Diccionario de la Real Academia Española (s.f.), como la “Persona que conoce el arte de la música o lo ejerce, especialmente como instrumentista o compositor” (párr. 2). Por otra parte, etimológicamente música viene del griego “mousikétechne”, que quiere decir “el arte de las musas” (Mena Pérez, s.f., párr. 1). Igualmente, la palabra músicos no solo comprende efectivamente al intérprete, sino también al instrumentista y al compositor. A su vez, no existe un concepto unívoco para los compositores, ya que según Cardona (2015):

El concepto de ‘compositor’ es una construcción histórica que ha cambiado o evolucionado a través de las diversas historias musicales mundiales. Así, probablemente sea iluso (o inútil) pretender que exista un modelo universal de compositor, mucho menos si se trata de imponer el que hemos heredado de la experiencia europea, que se reproduce –con pocos matices y sin mayores explicaciones– en los ámbitos académicos. (p. 1)

El arte de componer alguna pieza musical o alguna otra obra sonora es una actividad que resulta siendo un factor de importancia vital en un artista. La satisfacción de la creación e interpretación de la misma resulta en un intercambio de sentimientos que se reflejan en la ejecución, sea como autor y cantante o como compositor; sin embargo:

No creo que un compositor deba necesariamente tener una formación musical escolarizada. Hay miles de ejemplos de compositores en todo el mundo y en

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

diversos ámbitos de la música (algunos de ellos –a mi juicio– sobresalientes) que crean sin haber “estudiado” (Cardona, 2015, p. 2).

Esto es debido a que los sentimientos juegan un papel importante; por ejemplo, hay artistas que han escrito canciones de situaciones ajenas, pero es por su capacidad de escucha y empatía. El artista siempre se ha caracterizado por su sensibilidad que puede luego traducir en piezas estéticas. De esa manera podemos entender a Cardona (2015) en lo siguiente: “Pensar al compositor como un individuo que crea obras “originales” y “únicas” es insuficiente para explicar las dinámicas de creación sonora humana” (p. 2). Por lo tanto, el músico es aquella persona cuya producción está orientada en conseguir canciones estéticas que generen un efecto en el oyente, independiente de su formación profesional.

### ***Visibilización; en otras palabras, “si me hago visible, soy importante”.***

Se entiende por visibilización, según el Diccionario de la Real Academia Española(s.f.) como la acción de “hacer visible artificialmente lo que no se puede verse a simple vista” (párr. 1). Esto significa que es una proyección de algo o alguien que se realiza a través de diferentes mecanismos visibles y prácticos para una actividad concreta.

En esta categoría, es necesario mencionar que en las dinámicas modernas la visibilización es crucial para poder vender, siendo así que uno de los mecanismos más efectivos para hacerse visible en el mercado es estar en todos los medios: “Estamos en un momento en el que la imagen y la visibilidad en los medios de comunicación han adquirido tal importancia que lo que es visible a través de ellos se ha constituido como una nueva propiedad pública” (Puyo Calvo, 2011, p. 1). Profundizando sobre las nuevas estrategias digitales agrega que:

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

El desarrollo de los medios de comunicación ha hecho de la visibilidad mediática una herramienta de poder: es una vía para acumular prestigio, reputación y respeto, tres formas de capital simbólico que conducen a él. Esta visibilidad mediática se gestiona escrupulosamente porque se sabe que, por la propia expansión de los medios de comunicación, toda aparición mediática se va a ver sometida a escrutinio y a una divulgación que puede llegar a ser global (Puyo Calvo, 2011, p. 2).

Los medios de comunicación o las plataformas existentes en esta época permiten un sinfín de oportunidades, entre ellas las acciones enfocadas a la viralización global, entendida en el Diccionario Inbound Marketing (s.f.):

Con la facilidad de Internet y las redes sociales para difundir ideas y contenidos, el término viral se utiliza para los mensajes que son distribuidos de forma masiva a través de redes sociales y blogs e incluso por los medios de comunicación de masas (párr. 2)

De esta manera, la visibilización no solo se consigue desde los medios tradicionales, los cuales siguen siendo efectivos y necesarios en este ámbito, sino también desde las plataformas digitales. Igualmente, “La posibilidad de que los propios actos están siendo captados por medios de comunicación provoca una orientación indirecta de la conducta de los individuos” (Puyo Calvo, 2011, p. 2), así que se deben aprovechar las ofertas que hay de visibilización, en los diferentes campos, para poder proyectarse profesionalmente. Por otro lado, el Licenciado en Periodismo Romero (2014) hace referencia a un punto muy importante que cabe mencionarlo.



## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

La visibilidad consiste en lograr que la gente se entere de esa presencia que tienes, es decir, que tu actividad salga reflejada ya sea en redes sociales o en medios de comunicación, que pueden ser online o también offline, ya sean digitales por un lado o sean los tradicionales: prensa, radio o televisión, principalmente. Recuerda, una cosa es la presencia y otra muy diferente es la visibilidad. (0:25)

*Plataformas digitales, medios, caminos; en otras palabras, si estoy en las plataformas digitales, voy por el buen camino, si estoy en redes sociales, existo.*

Las plataformas digitales o virtuales son mecanismos por los cuales se pueden hacer una distribución y creación de contenidos para diferentes actividades. Los músicos, por su lado, hacen uso de estas plataformas para la visibilización de su marca y de sus productos musicales.

Giraldo (2020) las define como “soluciones online que posibilitan la ejecución de diversas tareas en un mismo lugar a través de internet” (párr. 1). Gracias a que el espectro que existe es bastante amplio, hay una gran oferta de diferentes plataformas digitales enfocadas en diferentes actividades; por ejemplo, las plataformas sociales son “donde se guardan diversas informaciones relacionadas con las interacciones sociales” (Plataformas sociales, párr. 2), las cuales ayudan a que los músicos del municipio de Bello interactúen a favor de la visibilización como artistas. También existen las “plataformas especializadas”, que se encargan de generar una salida a alguna dificultad o a alguna exigencia del usuario, ya que cada vez se crean más plataformas con ese propósito de satisfacer esa necesidad. “Elige la plataforma que más se adapte a lo que necesitas, descubre sus ventajas y aprovecha esos recursos” (Conclusión, párr. 2), con el fin de promover lo que estás buscando dar a conocer.

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

Sobre el uso de las plataformas digitales en la música, Arriagada et ál. (2017) afirman que:

Aunque las plataformas digitales y sus algoritmos intenten predecir gustos y emociones, la experiencia en torno a la música todavía descansa en la socialización humana y la capacidad que tienen las personas de comunicar sus emociones y reacciones frente a una canción. Ya sea en Spotify, Facebook, Instagram o YouTube, la música todavía funciona como negocio, pero sobre todo como una instancia para relacionarnos y comunicarnos con otros (p. 4).

Por supuesto, que no todo es perfecto. La doctora en Derecho Palacio-Puerta (2017) menciona en un texto, *los artistas colombianos y las plataformas de música digitales: algunas dificultades*, afirmando que:

Internet no era el escenario preferido de los artistas para poner sus obras a disposición del público, debido a la piratería. Esta situación ha cambiado, ya que se han desarrollado nuevos modelos de negocio legales dándoles una oportunidad incluso a músicos y discográficas independientes de dar a conocer su repertorio a escala mundial. No obstante, dicho escenario no es perfecto. Existen nuevas problemáticas que deben afrontar los artistas, muchas veces debido a la existencia de los intermediarios (p. 118).

Por último, en un artículo sobre los músicos independientes mexicanos se menciona la tendencia existente a conquistar para la distribución, promoción y comercialización a los entornos digitales: “La música, distribuida en soportes físicos o digitales, es una de las creaciones artísticas que mayor presencia tiene en el mundo, desempeñando un rol fundamental en el enriquecimiento de la cultura y la economía” (Torres Osuna, 2016, p. 25).

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

### 4.5. Marco legal.

Partiendo de lo general a lo particular, la primera normativa legal relacionada con esta investigación es el derecho al trabajo digno, protegido en la Constitución Política de Colombia de 1991 a través del artículo 25. Por su parte, el Decreto 2362 de 2015 amplía el concepto sobre lo que se entiende por trabajo digno al referir que es: “aquella actividad productiva justamente remunerada y ejercida en condiciones de libertad, equidad, seguridad y dignidad humana, plasmado a través del respeto de los principios de igualdad de género y de no discriminación”. Dentro del abanico de posibilidades, el trabajo online, o por plataformas digitales, está inscrito dentro de esa libertad que las personas pueden ejercer para ofrecer servicios y productos.

Para este fin y otras actividades relacionadas con la información y el esparcimiento, la Ley 1341 de 2009, conocida también como la Ley TIC, busca promover políticas públicas que aseguren el acceso, mantenimiento, control y uso de las Tecnologías de Información y las Comunicaciones, condición indispensable para aquellos músicos que vienen desarrollando su estrategia comercial a través de estos canales.

Por último, y concerniente específicamente a la población objetivo, se mencionará a continuación de algunos de los artículos contemplados en el proyecto de ley de la música en Colombia que están relacionado con la difusión de los productos musicales:

Artículo 4. Créese el Fondo Nacional para el Fomento de la Música, este fondo tendrá un origen parafiscal con personería jurídica y será administrado por la comisión nacional para el fomento de la música. La destinación del Fondo Nacional para el Fomento

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

de la Música será exclusivamente la financiación de la promoción, formación, producción artística, investigación, circulación y difusión de la música.

Artículo 5. El hecho generador de esta contribución parafiscal será las reproducciones de fonogramas y productos audiovisuales de música por las que se obtenga una renta así:

a) El 1% de las ventas netas de la música vendida en cualquier formato físico o digital cuando las ventas superen cincuenta (50) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

b) El 1% de los ingresos obtenidos por la reproducción contenidos musicales en plataformas digitales, nacionales e internacionales en Colombia; a partir de que por estas reproducciones se obtengan 20 salarios mínimos mensuales vigentes en un año.

c) El 0,2% de las ganancias netas de las emisoras comerciales privadas o canales de televisión comerciales privados cuyo contenido equivalga al 80% o más de música.

Artículo 7. Créese la Comisión Nacional para el Fomento de la Música como órgano colegiado, rector de la política de música y administrador del Fondo Nacional para el fomento de la música que estará compuesto así:

- Un representante del Ministerio de Cultura.
- Un representante elegido entre las secretarías de cultura departamentales o quienes hagan sus veces.

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

- Un representante elegido entre los secretarios de cultura municipales o quienes hagan sus veces.
- Un representante elegido por las facultades, institutos o programas académicos certificados por el Ministerio de Educación Nacional, que ofrezcan el programa de música o sus afines.
- 3 representantes de los músicos elegidos democráticamente entre los músicos inscritos en el Registro Nacional Músicos cuyo domicilio principal sean los municipios que cuentan con más de 100.000 habitantes.
- 3 representantes de los músicos elegidos democráticamente entre los músicos inscritos en el Registro Nacional de Músicos cuyo domicilio principal sea en municipios que tengan menos de 100.000 habitantes.
- Un representante de las agremiaciones, redes, colectivos o sindicatos que hagan parte del sector de la música.
- Un representante de las organizaciones sin ánimo de lucro cuyo objeto principal sea la promoción de la música y el bienestar de los músicos. Dichas organizaciones no pueden tener una existencia menor de 5 años.
- Un representante de las empresas privadas con ánimo de lucro de la industria de la música, inscritas para tal fin
- Un representante de los medios de comunicación privados cuyo contenido sea del 80% o más de música.

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

- Un representante de los medios de comunicación públicos cuyo contenido sea del 80% o más de música.

Artículo 13. Son funciones de la Comisión Nacional para el Fomento de la Música.

- Administrar los fondos del Fondo Nacional para la Promoción de la Música.
- Darse su propio reglamento
- Crear subsecretarías regionales, sectoriales y demás dependencias que requiera la administración del fondo y el cumplimiento de las funciones asignadas a la comisión y al fondo por esta ley.
- Administrar el Observatorio de música.
- Aprobar el presupuesto anual Fondo Nacional para la promoción de la Música.
- Dar concepto de los proyectos de políticas públicas, leyes o actos administrativos que estén relacionados con el sector de la música.
- Administrar el registro nacional de músicos, gestores, organizaciones y empresas del sector de la música.

Si se llegase a aprobar lo anterior, los músicos de Colombia, incluyendo los bellanitas, tendrían más protección política para la promoción y difusión de su arte, mejorando la situación económica de este tipo de artistas al otorgarles beneficios a partir de una política de discriminación positiva. Son, entonces, estos tres referentes los que constituyen el marco legal de esta investigación.

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

### 5. Diseño Metodológico.

#### 5.1. Técnicas de Recolección de Información.

Por su parte, la fenomenología es un diseño de investigación que nace a partir del matemático Edmund Husserl. En la fenomenología se pretende conocer las perspectivas de los participantes. Sin embargo, en lugar de generar un modelo a partir de ellas, se explora, describe y comprende lo que los individuos tienen en común de acuerdo con sus experiencias con un determinado fenómeno (categorías que comparten en relación a éste) (Creswell, 2013b; Wertz *et al.*, 2011; Norlyk y Harder, 2010; Esbensen, Swane, Hallberg y Thome, 2008; Kvåle, 2007; Creswell *et al.*, 2007; y O’Leary y Thorwick, 2006). Pueden ser sentimientos, emociones, razonamientos, visiones, percepciones, etc. (Benner, 2008; Álvarez-Gayou, 2003; Bogden y Biklen, 2003; y Patton, 2002).

El objetivo específico del diseño fenomenológico será descubrir el significado de un fenómeno para varias personas. Una pregunta habitual de investigación de un estudio fenomenológico es la siguiente: ¿cuál es el significado, estructura y esencia de una experiencia vivida por una persona, grupo o comunidad respecto de un fenómeno? Para la elaboración del diseño fenomenológico, primero se deberá identificar el fenómeno y luego se recopilan datos de las personas que lo han experimentado, para finalmente desarrollar una descripción compartida de la esencia de la experiencia para todos los participantes, lo que vivenciaron y de qué forma lo hicieron (Sampieri, 2014).

Pueden utilizarse como herramientas de recolección de la información desde la observación (Creswell, 2013) hasta entrevistas personales o grupos de enfoque, con preguntas abiertas, semiestructuradas y estructuradas (Norlyk y Harder, 2010; y Heuer y

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

Lausch, 2006), artefactos, documentos de todo tipo, grabaciones en audio y vídeo e incluso instrumentos estandarizados (Sampieri, 2014).

Para Creswell (2013) y Wertz *et al.* (2011), los procedimientos básicos incluyen: *a*) determinar y definir el problema o fenómeno a estudiar, *b*) recopilar los datos sobre las experiencias de diversos participantes con respecto al mismo, *c*) analizar los comportamientos y narrativas personales para tener un panorama general de las experiencias, *d*) identificar las unidades de significado y generar categorías, temas y patrones, detectando citas o unidades clave; *e*) elaborar una descripción genérica de las experiencias y su estructura (condiciones en las cuales ocurrieron, las situaciones que las rodean y el contexto) y *f*) desarrollar una narrativa que combina las descripciones y la estructura a fin de transmitir la esencia de la experiencia en cuanto al fenómeno estudiado (categorías, temas y elementos comunes: ¿qué cuestiones comparten las narrativas?) y las diferentes apreciaciones, valoraciones u opiniones sobre éste (categorías y elementos distintos: ¿en qué cuestiones difieren las múltiples narrativas de las experiencias?).

Aplicando el diseño fenomenológico al estudio actual, donde el fenómeno en común para 10 artistas bellanitas fue la percepción y uso de plataformas digitales como las redes sociales, utilizando como herramientas las entrevistas y las encuestas, en las cuales se encontraron similitudes en sus narrativas, un ejemplo de ello, es que para todos estos artistas la red social Instagram, es una muy buena opción a la hora de compartir contenidos, ya que es un mecanismo que permite la publicación de una gran variedad de contenidos, como un ejemplo claro la viralización que se puede crear en un periodo de corto tiempo, a través de diferentes órdenes y patrones de la aplicación mencionada, con la ayuda de los diferentes filtros, que permiten dar a conocer su trabajo y avances musicales. También esta



## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

herramienta permite mostrar quizás un poco de su vida cotidiana. Personalmente, como artista bellanita, me veo identificado con la opinión de las personas que acá se entrevistaron, debido a que los contenidos que género, a través de esta plataforma, se convierten en una constante interacción con el público, captando así una atención en ellos, del tipo de actividad que estoy haciendo, convirtiéndome así en un personaje visible, que genera contenidos de interés musical para el tipo de personas que intento llegar con la música que género. Más que un público consumidor de una creación artística, es un colectivo de personas que me pueden ayudar a surgir del anonimato, creando así un conjunto de relación con mi marca como músico independiente, la interacción que se genera a través de esta aplicación, a veces resulta para un artista nuevo, un poco complicado y puede llegar a sentirse una frustración cuando los seguidores no son iguales a los que otro artista puede tener, pero es como todo lo que sucede en otros ámbitos, si no estás constantemente generando contenidos o haces ciertas cosas para que te conozcan, no vas a generar el impacto esperado, si te duermes, bajas la guardia y abandonas lo que empezaste a crear, no haces absolutamente nada, pero si das pasos firmes, pasos seguros, la familia de seguidores que consumen tus contenidos, va a continuar creciendo y cuando eso suceda, se desata una cadena de un voz a voz, de la difusión de un producto que se está ofreciendo, porque de los seguidores que tienes, que comparten tus contenidos, se genera el alcance para más público a través de ellos mismos.

Además de lo mencionado anteriormente, se pudo observar que la mayoría de los artistas son los creadores de sus propios contenidos, que se podría pensar los pone en desventaja, haciendo una comparación con los demás artistas que cuentan con un community manager, pese a esta situación, ellos expresan ser autodidactas al momento de investigar y adquirir

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

conocimientos que los haga competentes frente a los demás artistas. Indudablemente, el contar con un experto en el tema puede ser relevante, porque para todo hay ciertos especialistas, que se dedican a ello y se encargan de que los pasos que se estén dando sean los correctos, encaminando a un éxito en lo que se está esperando, como artista en el mercado. Los expertos están en cada uno de los campos, para que de alguna u otra manera puedan ayudar a ser competentes en los diferentes ámbitos, porque si bien es muy bueno generar los contenidos y creer que se lleva el control de lo que se hace, pero a veces la emoción trae una acción que posiblemente desde el desconocimiento de cómo funciona tal aspecto no sea el correcto y corras con una mala suerte de perder seguidores, de aburrir a tu público o simplemente de no seguir el hilo coherente de la intención inicial, que es, en todo momento, crear un conjunto, un grupo, equipo que son los próximos que comprarán tus discos y son los que van a pagar una boleta para ir a verte en un concierto, porque les estás vendiendo constantemente una imagen y un producto que resulta atractivo para ellos y de interés para consumirlo. Todo es una estrategia, por lo tanto, la mano amiga de un experto sería un factor indiscutible en el crecimiento de los artistas independientes, que quieren salir y ser un referente abierto a las posibilidades de pertenecer a la nueva revolución de la industria del esparcimiento del arte a través de la música por la redes sociales, creando expectativas de sus lanzamientos, generando un cronograma de múltiples actividades de publicaciones, es organizar de manera concisa y puntual lo que se va a trabajar, tener horarios, de compromisos, poner todo el potencial artístico y estratégico, para convertir todo en un exitoso canal de contenidos al público.

Otro de los aspectos importantes, es que nueve de los diez artistas del municipio de Bello encuestados, expresaron el deseo de cada día conocer más los gustos musicales de las

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

personas, identificar al público al cual desean enfocarse y, a partir de ello indagar y formar un plan estructurado de cómo alcanzar este objetivo, sin perder su gusto y pasión por lo que hacen. La estrategia o forma de ampliar el nicho al que tengo como objetivo, se ha basado en disfrutar y reconocer de las diferentes propuestas musicales que hay en el territorio bellanita, la gran riqueza y diversidad que tiene el municipio en los aspectos musicales y culturales, en realidad es bastante interesante, los diversos grupos interesados en el esparcimiento del crecimiento cultural, que son los que realmente le apuestan a que el municipio se posicione de manera significativa. Bello, el lugar que ve nacer desde su cuna a muchos artistas capaces de crecer en la industria musical y posicionarse como tal en ella.

Una conclusión en común de los artistas es que es indispensable, por tanto, la combinación de los medios digitales con los medios físicos, pues es de este modo como se consolida la creación y visibilización de un artista en la actualidad. La búsqueda de espacios donde mostrarse, presentarse en convocatorias y concursos musicales locales e internacionales es indispensable para ello. Al haber participado en eventos artísticos locales, me ayudó a posicionarme más como artista bellanita, logrando una visibilización para mi proyección como músico independiente muy efectiva, ya que las personas interesadas por el trabajo que estaba haciendo no dieron espera, los diferentes medios en los cuales podía darme a conocer que estuvieron presentes en ese momento, como los canales televisivos, la radio y las redes sociales, fueron un factor fundamental, para que hoy tuviera un alcance de cierta audiencia que pudo conectarse con lo que estaba sucediendo en el momento por el cual transcurría la participación en aquel escenario. Así que de esta manera, a través del tiempo, aun puedo generar impacto, generando memoria en la audiencia que aún me sigue desde ese entonces, recordando ese momento, en el que tuve esa oportunidad de mostrar que un

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

músico independiente, puede lograr muchas cosas con esfuerzo y seguro que después de hacer parte de un evento de esa magnitud, que concentra a una gran parte de público, vendrán cosas muy positivas para una carrera como artista, porque no se sabe quién te está viendo en el momento y quiera invertir en el talento que tuvo la oportunidad de presenciar, porque por experiencia lo digo, ni el municipio se me acercó a ofrecerme algún apoyo, más allá de lo que era la premiación, más fácil lo ofrecieron personas de otros lugares y de otros campos, empresariales y representantes de artistas independientes, que los mismos pertenecientes a los organismos de cultura del municipio, para continuar un proceso de la mano de ellos.

Los artistas en general, se han dado cuenta de que su público se mueve constantemente en las plataformas virtuales, es una realidad en la que se tiene que adaptar un mecanismo eficiente para poder conseguir y conquistar a ese público que está constantemente consumiendo los diversos contenidos que se ven en las plataformas existentes en internet y que no estar presente en ella implica perder sus avances o incluso no ser conocidos en la escena local. Lo que hace indispensable reinventarse constantemente y avanzar a medida que la tecnología y la sociedad lo exigen, de este modo se estaría garantizando su visibilización como artistas en el mercado, además de ser competentes, necesito mostrar mis productos para poder tener el público consumidor siguiendo todo lo que creo desde mi plataforma, necesito ser un constante generador de entretenimiento para el público, todos los artistas entrevistados tienen un factor muy importante y es que todo lo que han logrado a través de las redes sociales ha sido de manera orgánica, es decir, todos los contenidos son creación propia y eso es de admirar, porque a pesar de que existen profesionales en el campo del marketing y de las redes sociales, de que existen múltiples maneras de conseguir

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

seguidores pagando cierta cantidad de dinero y eso te asegura un porcentaje de visitas en las redes sociales, de publicidad para obtener seguidores, los músicos independientes de Bello, han logrado con lo poco hacer mucho, hacerse cada vez más visibles en el territorio y posicionarse como artistas del medio artístico, competentes en el campo cultural con ambiciones de crecer en un medio que es difícil, pero no imposible, que las ganas de salir adelante o que lo único que te impida lograr lo que quieras, sea que te rindas, pero la música tiene un potencial muy fuerte y es que mientras más música se hace, más fibras mueve y más ganas de salir adelante, la música y el arte fortalece.

En cuanto a las contrataciones remuneradas de los artistas, expresaron la mayoría de ellos, que las redes sociales han jugado un papel importante a la hora de aumentar sus contrataciones, pero también se evidencia que el número de ellas, puede estar directamente relacionado con el contenido de sus publicaciones, que tan constantes son, que calidad de imagen y sonido tienen, tener un enfoque claro y preciso con lo que quieren mostrar y a donde se quiere llegar. De igual manera, lograr desde la municipalidad pretender la idea de lograr una plataforma virtual donde se puedan visibilizar a los músicos independientes y que a través de esto se pueda mostrar la gran diversidad de artistas que hay en los diferentes sectores bellanitas, hacer posible, que desde la municipalidad se hagan más cosas para ponerle seriedad al asunto y que haya un compromiso serio, porque lo que no se puede pretender, es que se pase por alto el poco apoyo que ha habido a lo largo de las administraciones, lo ideal para esta problemática, es crear algo innovador, que no haya habido en otros tiempos o en otros municipios o localidades, como por ejemplo la creación de un sitio web propio de la alcaldía, donde cualquier tipo de persona tenga acceso a la información que se encuentre colgada allí y se entere de todo lo que sucede, de toda la

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

propuesta artística que hay, que única y exclusivamente se encuentra en el sitio, todo con el motivo de hacer visibles a los artistas, que los músicos salgan allí con sus diferentes estilos y de esa manera es donde realmente se pueda observar la cantidad exacta de la oferta cultural y que sea un mecanismo de potenciación y apoyo a la diversidad cultural, porque eso es lo que se necesita ahora, un apoyo fundamental para que los artistas puedan competir en otros espacios locales y por qué no soñar, con que el contenido que esté publicado en el sitio, llegue a otros escenarios nacionales y también internacionales.

Todo se trata de igual manera a que todo el ecosistema digital este adecuado para poder desarrollar las diferentes acciones y propuestas para un buen resultado esperado, desde las creaciones de los sitios web. “Alejandra Giraldo, directora de SEO y SEM de Belka Company, nos contaba que: los canales que existen como por ejemplo YouTube, que es una plataforma que permite que a partir de 4.000 horas de reproducción y más de 1.000 seguidores a través de la generación de contenidos, es lo que se necesita para poder empezar a generar unos ingresos, que paga la empresa más grande a la cabeza de todas estas redes sociales, como lo es Google”. (A. Giraldo, comunicación telefónica, 27 de abril de 2020). Para que de esta manera la visibilización no solo sea a nivel local, sino que haya un impacto a nivel mundial y que los músicos independientes sean conscientes de la creación de los contenidos, que las diferentes preocupaciones sean las piezas gráficas, los videos, que los tiempos de respuesta con los seguidores, sean idóneos e inmediatos, ya que la reacción e interacción con los seguidores es inmediata, aumenta el engagement y si aumenta el engagement, el algoritmo de las redes sociales como Facebook e Instagram, le va a mostrar tu pieza gráfica a otras personas, sin necesidad de meter una pauta, haciéndolo

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

todo de manera orgánica y con eso lograr más interacción, más impacto y más alcance a los diferentes públicos.

Cabe resaltar además entre varios aspectos que la imagen juega un papel importante en el desarrollo de los artistas a lo largo de sus carreras, tanto en las plataformas digitales, como en las presentaciones en vivo, ya que las contrataciones las realizan con base a lo que se ve en la escena musical digital o presencial, porque la imagen vende, lo que se puede lograr a través del impacto visual, debido a que actualmente, los músicos ven lo digital como una puerta para seguir ascendiendo en su carrera, ya que gracias a esta se dan a conocer ante millones de personas; es ahí cuando se pasa de tener contratos pequeños como serenatas, a ser tenido en cuenta incluso por grandes compañías de la industria y conciertos grandes donde puede haber más público que se uniría así al grupo de seguidores que está creando en su plataforma digital. Esa ha sido la historia de muchos artistas que han salido del anonimato a ser reconocidos en todo el mundo, porque si hay algo muy claro y es que cuando se piensa en gustarle a un público, se piensa en qué quiero que las personas vean de mí, qué estoy haciendo diferente o que características tengo, qué les logro transmitir y otro aspecto, pero no menos importante es qué o quién soy yo que no es semejante a otro artista.

Como principal técnica para la recolección directa de los datos relacionados con el uso y percepción de las redes sociales que tienen los músicos del municipio de Bello como plataformas de visibilización, se optó por la aplicación de una entrevista estructurada a 10 artistas bellanitas (Ver Anexo 1). La encuesta estuvo conformada por nueve preguntas abiertas y una cerrada, orientadas al obtener información relevante sobre las prácticas llevadas a cabo en los *social media* y el impacto de su uso.

## Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello

La elección del público objetivo estuvo determinada, principalmente, por la condición de los artistas que habitan el territorio del municipio de Bello, ya que no solo conocen el paisaje cultural, especialmente el de la música, sino que también vienen desarrollando de forma consciente un trabajo de curación, promoción y visibilización en distintas plataformas digitales. En vista del objetivo planteado, la encuesta se compuso tal y como se estructura en la Tabla 1.

*Tabla 1. Preguntas del cuestionario según la categoría implicada.*

<b>Categoría</b>	<b>Pregunta</b>
Uso	¿Cuáles son las plataformas digitales con las que visibilizan su trabajo como artistas?
	¿Qué tipos de contenidos divulga en las plataformas digitales?
	¿Los contenidos que divulga en sus plataformas digitales son creados por usted o por expertos de comunicación social?
	¿A qué público objetivo le apuntan sus contenidos en las plataformas digitales?



## Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello

Percepción	¿Considera que las plataformas digitales son una herramienta suficiente para visibilizar el trabajo de los artistas? ¿Sí, no y por qué?
	¿Es posible que un artista actual pueda prescindir de las plataformas digitales? ¿Sí, no y por qué?
	Del 1 al 5 (siendo el 1 el menor y el 5 el mayor), ¿qué puntaje le otorga a las plataformas digitales como medio de contratación para un artista en el 2019?
Impacto	¿Cuáles son los resultados que ha obtenido durante el 2019 a nivel de contratos a través de las plataformas digitales?
	De todas las plataformas digitales, ¿cuál es la que más resultados da para contrataciones?
	¿Cuáles son las características que deben tener los contenidos para que las plataformas digitales sean efectivas en la contratación de los artistas?

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

La ventaja del tipo de preguntas que se realizaron es que pudieron ser analizadas desde la mirada cualitativa, a partir de la agrupación por categorías comunes, y desde la perspectiva cuantitativa a través de la contabilización de la frecuencia organizada por gráficos.

Es necesario mencionar que todos los artistas seleccionados se han proyectado de manera profesional y algunos están en el lugar que están, en las agrupaciones y en los diversos proyectos de producción musical, gracias a los diferentes mecanismos de visibilización, como lo son los promovidos desde la cultura del municipio, que aunque han llegado a ser escasos debido a la mala administración de los recursos destinado para los eventos culturales y demás programas en los cuales también podría haber como protagonista la interacción y participación del medio musical y algunos por la interacción que tienen en muchas plataformas digitales.

Igualmente, como base teórica y conceptual se recurrió a información documentada procedente de procesos de investigación. Para su búsqueda, se utilizaron bases de datos bibliográficas y metabuscadores. También, se recuperó información publicada por entes locales y nacionales para la construcción del marco legal y contextual. Al mismo tiempo, se recurrió a la base de datos referencial Scopus para el rastreo de antecedentes o procedentes investigativos en el mismo campo.

### **5.2. Análisis e interpretación de la información.**

La investigación es de tipo mixto, mezclando el análisis cuantitativo y cualitativo para la descripción de las tres unidades de análisis que son: el uso, la percepción y el impacto.

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

Igualmente, el diseño fenomenológico es indispensable para asociar los medios comunicacionales en la búsqueda del reconocimiento de los artistas.

Por una parte, el análisis cuantitativo se da a través de conteo de coincidencias representadas por gráficos de barras o de distribución. Por otra, la dimensión cualitativa es propia de las ciencias sociales y humanas, en ella la información que suministran los participantes es fundamental, pues estos se encuentran directamente relacionados con la problemática estudiada. En la investigación cualitativa se abordan las realidades subjetivas e intersubjetivas como objetos legítimos de conocimiento científico (Galeano, 2004). Esta perspectiva busca comprender, desde la interioridad de los actores sociales, sus lógicas de pensamiento, profundamente marcadas por sus vivencias, que terminan por guiar sus acciones sociales.

El trabajo de indagación corresponde a una investigación descriptiva, según la clasificación por niveles propuesta por Hurtado de Barrera (2006). Este tipo de investigación se ubica en un nivel primario y tiene como fin detallar las características del objeto de estudio para mejor la comprensión de su ontología, es decir, de su ser.

Este proceso investigativo se aborda en cuatro fases:

- **Fase Documental:** En esta la labor fundamental es la identificación de diversas fuentes (textos, investigaciones, tesis de grado, páginas de Internet) que abordan el problema de los músicos en el municipio de Bello como trabajadores de la cultura y la utilización y visibilización de sus trabajos a partir de plataformas digitales, siendo este el objetivo principal, del comportamiento de los organismos de cultura del

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

municipio y del uso de las redes sociales para alcanzar la comprensión de la situación que viven los músicos independientes.

- **Fase de Trabajo de Campo:** Toma de fotografías en plena acción de los músicos independientes, llevando el arte a varios escenarios propuestos para la divulgación de su actividad, como algunas locaciones donde haya música en vivo y que ellos tengan la oportunidad en ese momento de hacer lo que mejor saben hacer y el desarrollo de encuestas, teniendo una conversación con cada uno de los músicos independientes, que se familiaricen con el tema a trabajar y que se sientan cómodos hablando de la situación, porque es un colectivo considerable que se ve interesado por lo que se va a trabajar y tener las respuestas y los diferentes puntos de vista críticos de cada uno, será un ejercicio bastante interesante.
- **Fase de Análisis:** Desarrollo de una lectura analítica, de la información encontrada, poniendo en contexto a los protagonistas de lo que se pretende con el trabajo de investigación, que es mostrar básicamente la situación negativa de la falta de apoyo de la municipalidad y de qué manera está afectando al colectivo cultural, pero igualmente una lectura de los diferentes medios mencionados a lo largo de la investigación, como las redes sociales y las diferentes propuestas que se hicieron en la investigación, a modo de feedback, que promueva el interés de hacer posible, que el artista encuentre la manera de cómo aprovechar las oportunidades que se presentan como alternativa de visibilización.
- **Fase de Socialización:** Construcción de informe final de investigación, con el modo de que la realización del trabajo fue por un propósito colectivo, que muestra una realidad de una situación que se viene presentando hace unos periodos de tiempo, debido a la mala administración de los recursos destinados para la cultura y

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

que los medios están disponibles gracias a las nuevas tecnologías, para crecer como artistas y de salir de un anonimato en el que un municipio caracterizado por ser una ciudad “cuna de artistas”, no vea crecer a su hijo, porque simplemente no lo ve como una prioridad o como una oportunidad de crecer en la cultura y en el arte.

### **6. Resultados.**

#### **6.1. Sobre el Uso**

La primera unidad de análisis es el uso que los diez músicos bellanitas les dan a las plataformas digitales. En total, se reconocen seis plataformas utilizadas; no obstante, no todas ellas son de uso de todos los músicos. Las plataformas de comercialización, como Spotify y Deezer, solo son empleadas por cuatro artistas. Por el contrario, las redes sociales como Instagram y Facebook, de un uso más difundido en la población colombiana, son las que tiene activas la mayoría de músicos, tal y como se muestra en la Figura 3. Llama particularmente la atención que sea Instagram la plataforma que todos posean; sin embargo, puede aducirse que se debe principalmente al público que las usa, los jóvenes, y al enfoque visual de sus publicaciones.

## Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello

*Ilustración 3. Preferencia de red social*



**Fuente.** *Elaboración propia.*

Sobre estas plataformas digitales, los contenidos más publicados por los artistas están relacionados precisamente con su arte, puesto que el objetivo de ellos es impulsar su carrera artística y darse a conocer a un nivel más nacional e internacional. También, suelen publicar fotos, eventos culturales y artísticos, el trabajo de otros colegas y memes (Véase la Figura 4).

*Ilustración 4. Tipo de contenido publicado.*



**Fuente.** *Elaboración propia.*

## Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello

Este contenido visual y audiovisual puede ser generado por el mismo artista o por un community manager, experto en el posicionamiento web y el marketing digital. Pese a la ventaja de poseer un profesional, todos los artistas consultados realizan sus propios contenidos, salvo una minoría que ha recurrido a un experto (Véase Figura 5). Estas personas tienen una mayor visualización e interacción con los usuarios precisamente por la efectividad del contenido y su descripción.

*Ilustración 5. Responsable de la curación de contenidos.*



**Fuente.** *Elaboración propia.*

Por último, la publicación es publicación para alguien, es decir, va dirigida a capturar o penetrar en un nicho específico de la población. Este elemento es importante en la medida que los contenidos publicados, su descripción y hasta la misma elección de la red social están determinados por el público objetivo. Solo uno de los artistas mencionó que su público son sus familiares, limitando, de este modo, el alcance e impacto que podría conseguir con el uso de la plataforma. Todos los demás buscan llegar a un público que sea

## Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello

afín a la música que ellos producen sin establecer rangos de edades, tal y como se evidencia en la Figura 6.

*Ilustración 6. Público objetivo.*



**Fuente.** *Elaboración propia.*

### 6.2. Sobre la Percepción.

A parte del uso, influye también en el éxito de la implementación de estas estrategias los imaginarios y prejuicios del artista en relación con las plataformas. Relacionadas inversamente proporcional, las respuestas fueron favorables en cuanto a considerar que las redes sociales son importantes en la visibilización (Figura 7) y a que es importante no prescindir de ellas en la proyección artística (Figura 8). Aquellos artistas que consideraban lo contrario, adujeron que es solo un medio junto a otros, lo cual hace necesario que se combinen varios espacios tanto físicos como digitales para lograr efectivamente proyectar la profesión a nivel local, nacional e internacional. Es importante mencionar, también, que varios de los artistas consultados lograron aumentar su visibilidad a través de participar de concursos artísticos locales y nacionales.



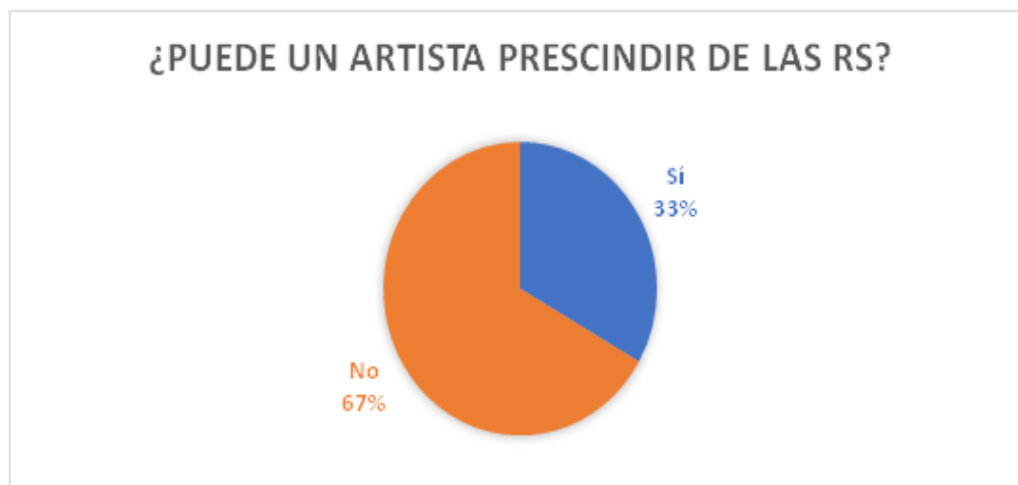
## Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello

Ilustración 7. ¿Las redes sociales son suficientes para obtener mayor visibilización?



**Fuente.** *Elaboración propia.*

Ilustración 8. ¿Puede un artista prescindir de las redes sociales?



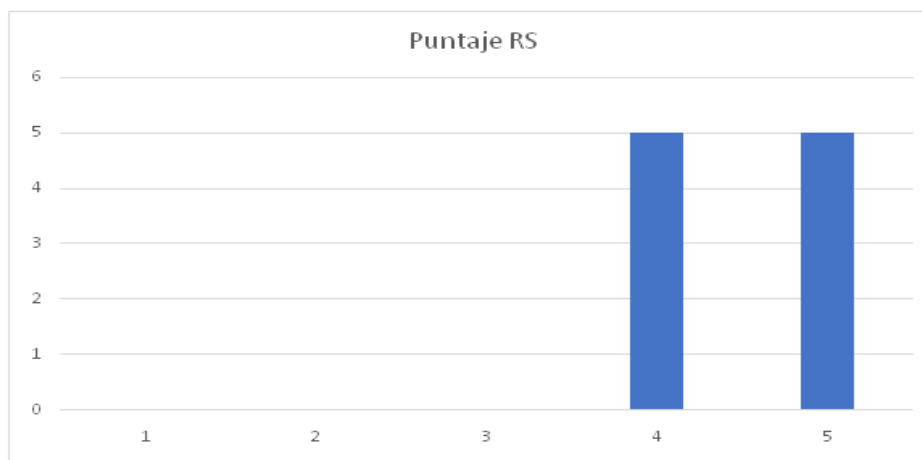
**Fuente.** *Elaboración propia.*

Al solicitarle a los artistas que dieran una calificación del 1 al 5, siendo 5 excelente y 1 muy deficiente, para medir la utilidad de las redes sociales en la consecución de la visibilidad, la

## Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello

percepción medida dio como resultado calificaciones positivas de 4 y 5. Por lo tanto, hay cierto reconocimiento de la efectividad de su uso (Véase Figura 9).

*Ilustración 9. Puntaje subjetivo sobre la utilidad de las redes sociales.*



**Fuente.** *Elaboración propia.*

### 6.3. Sobre el impacto

El impacto alude, en este caso, a la consecución de contratos artísticos que devengan en una remuneración económica para el músico. Para estos diez artistas, la mayoría ha indicado que las redes han tenido un impacto alto para la contratación (Figura 10). Tres, por el contrario, manifestaron que no han tenido tanto papel en su proyección artística; no obstante, cuando se hace un cruce con el tipo de contenidos que difunden y el público objetivo al que se dirigen, el bajo impacto se explica por una mala planeación de las estrategias de comunicación social.

## Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello

Ilustración 10. Impacto en la consecución de contratos.



Fuente. *Elaboración propia.*

A diferencia de las redes sociales más utilizadas, una de las menos puntuadas en la Figura 3 se convierte ahora en una de las más relevantes al momento de establecer contratos: WhatsApp (Figura 11). Este cambio no es inusual, puesto que WhatsApp permite una comunicación más personal y fluida, favorable para el establecimiento de acuerdos económicos. Asimismo, Instagram y Facebook siguen posicionándose como las plataformas más efectivas y, a partir de esto, es entendible la preferencia de los músicos por estas redes sociales.

Ilustración 11. Redes sociales con mayor impacto.



Fuente. *Elaboración propia.*

## Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello

Finalmente, no todos los contenidos son efectivos. Indagando por aquellos que han sido más útiles a los músicos se encuentra que las publicaciones deben de tener unas características particulares para lograr un mayor impacto (Véase Figura 12). Se desataba que calidad del audio y la imagen juegan un papel importante en las vistas; sin embargo, es importante que el contenido audiovisual no se experimente demasiado retocado, sino más bien “orgánico”. Igualmente, publicar contenidos de alto impacto y relacionados con las tendencias del momento son alicientes para conseguir mayores seguidos.

*Ilustración 12. Cualidades del contenido efectivo*



**Fuente.** *Elaboración propia.*

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

### **7. Conclusiones.**

Es necesario empezar a crear en los músicos una conciencia, que vean en las redes sociales canales efectivos para la difusión de diferentes contenidos musicales que ayudan en su visibilización local, nacional e internacional como artistas independientes, logrando muchas veces por estos medios el sustento y el hacer de música su forma de vida, con múltiples oportunidades, desde crear colaboraciones con otros artistas, comunicándose a través de estas redes mencionada a lo largo de todo el trabajo investigativo con diferentes propósitos, pero similares como músicos independientes también, que piensen que creando un conjunto, cada uno teniendo un público específico, puede lograr un impacto en colaboraciones con demás artistas para estar al ritmo de la dinámica de la inmediatez, que propone internet.

Es indispensable la participación musical de los artistas del Municipio de Bello, tienen todo el potencial para ser unos músicos reconocidos a nivel mundial, las diferentes situaciones vivenciales y las raíces artísticas que tiene la ciudad de Bello, “cuna de artistas”, les da todas las herramientas desde la sensibilidad, hasta la ejecución de la música de una manera bonita, más metidos en materia de lo digital, pues los artistas del municipio, tienen conocimiento de algunas plataformas digitales que sirven para la difusión de diferentes contenidos musicales y diferentes mecanismos, que pueden ayudar para su visibilización como artistas independientes, que al igual por medio de estas, tienen como objetivo la proyección de su carrera de manera profesional y por este medio sustentarse, hacer de la música su forma de vida, pero lo que realmente no son conscientes, es que hay otras maneras, gracias a la revolución tecnológica por la que está pasando el mundo entero, de

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

que la forma de visibilizarse a través de las plataformas digitales, ya que un artista o un músico independiente debe ser un generador de contenidos de manera continua, seguir ciertas prácticas para mostrarse como artista, generar alguna especie de diferencia que sea un factor indispensable para hacerse notorio en el medio artístico, salir del anonimato, todo el tiempo mostrar quién es, qué hace y para dónde va, a lo que le apuesta verdaderamente, generando así una oportunidad de ganar popularidad y resaltar en la sociedad, haciéndose más efectivo su objetivo, de esta manera, habrá más presentaciones, más oportunidades con las cuales impulsar su carrera musical, ya que medianamente el artista bellanita, conoce estos medios, al parecer se está conformando con lo que sube a sus redes y hace desde sus conocimientos,

Existe también la ayuda de profesionales en esta área de la tecnología, ya que los entornos digitales están abiertos a todo el mundo, todos puede acceder y ser parte de algún grupo y esto es lo que identifican los profesionales de estas áreas, para saber cómo actuar y a qué población y a que público llegar, porque no se hace de la misma manera en una plataforma que en otra, la mayoría de veces se cree, que con subir un contenido a la plataforma de “YouTube”, o al “Instagram” y de igual manera a “Facebook”, estás haciendo todo para ser visible, pero todo es un conjunto de actividades y procedimientos para que esto ocurra, todo va de la mano y es sumamente importante buscar las mejores asesorías, para que la práctica musical sea un fenómeno exitoso, en la visibilización del artista y que a través de los medios digitales, si no hay un apoyo directamente desde las organizaciones de cultura, o desde las mismas prácticas culturales del Municipio, sea este el medio, por el cual el músico bellanita, ejecute su proyección artística.

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

Se me hace un poco difícil tener que expresar este sentimiento, como músico independiente, que he sentido, a lo largo de mi desempeño en la carrera artística, que llevo con orgullo como ciudadano bellanita, que ha sido realmente tan poca la participación y el apoyo municipal y además de los diferentes grupos a cargo del crecimiento cultural, que he sido testigo por mis propios medios y el de mucho de los colegas, que el músico o el artista independiente, tiene que recorrer este camino solo, pues lo ha hecho durante varios periodos, en los cuales, por las diferentes administraciones que han pasado, no han sido tomados en cuenta, los artistas tienen que estar sacando del presupuesto de sus bolsillos, crear sin muchos conocimientos su redes y hacer lo que puede para poderse promocionar y darse su lugar en el mundo y lograr ser artista, pero esto es muy difícil solo, pero no imposible, los músicos independientes del municipio de Bello, cada día se están enterando más, primero de lo que son capaces y segundo de las oportunidades que se pueden presentar si se hace realmente con esfuerzo, trabajo y dedicación las cosas, porque no se puede pretender, quedarse quieto, esperando que todo llegue o que un representante o algo que te haga subir, algo que quiera mostrar tu talento, llegue y toque la puerta de tu casa, el artista bellanita cada día se está esforzando por lograr ser ese personaje que se destaca en cualquier escenario, ser ese artista que ha podido solo llegar a muchos lugares y que no tiene límites, porque el artista de corazón no conoce, ni sabe lo que es rendirse y tarde que temprano las cosas serán mejor y mejor cada día, con el corazón en la mano, los pies en la tierra, la voz en el viento y las melodías en el aire, el músico independiente del municipio de Bello, si se lo propone llevará su cuna de artista, hasta lo más lejos que se lo proponga.

A continuación, concluyendo muchos de los aspectos mencionados, es tener en cuenta de que hay una inmediatez en el medio artístico y que los músicos tienen múltiples

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

posibilidades de ser competentes en todos los campos digitales, a través de la industria musical, marcando una diferencia considerable para generar una recordación en un público que está expectante, esperando constantemente un contenido diferente y que sea de valor, hasta de beneficio económico para el artista, por el impacto generado y de visibilización asertiva, todo esto luego de los hallazgos relacionados con el uso, percepción e impacto de las plataformas digitales en la proyección artística de diez músicos bellanitas, se puede afirmar que las mejores prácticas para tener en cuenta al momento de proyectarse a través de las redes sociales son las siguientes:

- Es necesario antes de empezar a utilizar una red social para la promoción y venta de productos y servicios artísticas elegir aquella de mayor aceptación por la sociedad en la que se busca penetrar. En el caso colombiano, las redes sociales de mayor acogida son Facebook e Instagram; por ello, todos los artistas consultados están presentes en una u otra red social.
- Por otra parte, a mayor variedad de contenidos, cada uno de ellos enfocados en diferentes propósitos (promoción del producto, promoción de la marca, contenido formativo y contenido emocional) mayor probabilidad habrá de éxito. Los artistas que diversifican sus publicaciones tienen, usualmente, una mayor cantidad de interacciones y vistas.
- Asimismo, cuando la estrategia de publicación y de posicionamiento de la marca está a manos de un profesional con conocimientos en SEO, mayor será el impacto conseguido. No obstante, se reconoce que no todos los artistas estarían en



## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

condiciones de contratar a un profesional, por lo que se recomienda aprender de forma autodidacta algunos de los métodos utilizados para el posicionamiento web.

- También, es necesario establecer claramente el público objetivo, ya que los contenidos publicados, su descripción y hasta la misma elección de la red social están determinados por este. No se debe elegir una población cercana al artista para este fin, pues ellos ya conocen el trabajo; el objetivo es llegar a aquella población que aún no reconoce al músico.

- Además del uso, la percepción que tiene quien emplee la red social determina en cierta medida el impacto consiga. Se recomienda considerar las plataformas digitales como un nuevo espacio que es necesario conquistar y combinar con los espacios tradicionales de representación musical. Las nuevas dinámicas de socialización y consumo de productos van orientadas al uso de la web 2.0. Por lo tanto, la mejor práctica es incursionar en este nuevo espacio digital y no considerar que pueda prescindir de él.

- Finalmente, cree una identidad en todas sus publicaciones que para un usuario sea fácil relacionar con su marca artística. Estos contenidos deben ser variados y orientador a diferentes propósitos: promover la marca, posicionar los productos, generar conexiones emocionales y formar al público. A partir de métodos SEO para el posicionamiento web, es necesario tratar de etiquetar todas las publicaciones de forma correcta para buscar llegar a la mayor cantidad de personas. Igualmente, aquellos que ubican, de manera visible, el teléfono de contacto tiene

## **Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello**

más éxito, ya que como se demostró en la investigación WhatsApp es uno de los canales más efectivos al momento de establecer acuerdos contractuales.

## Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello

### 8. Referencias.

- Aristóteles. (2015). *Política*. Alianza Editorial
- A, Giraldo (2020). Redes sociales. Comunicación telefónica. Medellín.
- Arriagada, A., Ibáñez, F., Bley, C. y Bley, Á. (2017). *Músicos, sellos y fas en la era digital*. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Gobierno de Chile.
- Azpurúa, F. (2005). La Escuela de Chicago: Sus aportes para la investigación en ciencias sociales. *Sapiens*, 6(2), 25-36.
- Bäck, A., Melin, M., Näkki, P., Vainikainen, S., Sarvas, R., Seppälä, L., & Vihavainen, S. (2008). Tags and tagging: Creating meanings, organizing, and socializing with metadata. *VTT Tiedotteita - Valtion Teknillinen Tutkimuskeskus*, (2449), 1-90.
- Bhargava, R. (2009, 30 september). Manifiesto for the content curator: The next big social media job of the future? [Blog]. <https://www.rohitbhargava.com/2009/09/manifesto-for-the-content-curator-the-next-big-social-media-job-of-the-future.html>
- Cardona, A. (2015). ¿Compositor o artista sonoro? *Ideas Sónicas*, (15), 1-8. <https://www.latinoamerica-musica.net/pdf/sitio-Cardona-arte%20sonoro.pdf>
- Carmona, J. (2020). Apoyo de la administración municipal de Bello, a los jóvenes artistas. Comunicación telefónica. Bello – Antioquia.
- Castells, M. (2000, 7 de octubre). Internet y la sociedad red [Artículo de presentación]. Presentación del Programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

## Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello

Cataluña. <https://www.alfabetizaciondigital.redem.org/wp-content/uploads/2017/05/Internet-y-la-sociedad-red..pdf>

- Constitución Política de Colombia [Const.]. Art. 25. 7 de julio de 1991 (Colombia).
- Diccionario Inbound Marketing. (s.f.). ¿Qué es un viral? <https://www.40defiebre.com/que-es/viral>
- Decreto 2362 de 2015. por el cual se adiciona al Título 9 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto número 1072 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo, un Capítulo 4 que establece la celebración del Día del Trabajo Decente en Colombia. 7 de diciembre de 2015. D.O. No. 49719.
- Fichter, D., & Wisniewski, J. (2008). Social media metrics: Making the case for making the effort. *Online (Wilton, Connecticut)*, 32(6), 54-57.
- Galeano, M. E. (2004). *Diseño de proyectos de investigación cualitativa*. Fondo Editorial Universidad Eafit.
- Giraldo, J. (2020). Entornos digitales, revolución de la industria de la música. Comunicación telefónica. Medellín.
- Giraldo, V. (2020, 13 de marzo). Plataformas digitales: ¿qué son y qué tipos existen? Rock Content. <https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-digitales/>
- Gómez Zapata, C. A. y Bustamante Monsalve, D. A. (2017). *Crecimiento urbanístico en las construcciones residenciales en Medellín, Bello y Envigado del 2006 al 2016* [Trabajo de grado, Tecnológico de Antioquia]. Repositorio Institucional TdA. <https://bit.ly/2QWY3Wq>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*: (6a. ed. --). México D.F.: McGraw-Hill.

## Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello

- Hurtado de Barrera, J. (2006). *El proyecto de investigación: Metodología de la investigación holística*. Ediciones QuirónSypal.
- Kibona Clark, M. (2014). The role of new and social media in Tanzanian Hip-Hop production. *Cahiers d'Études africaines*, 54(4), 1115-1136.
- Ley 1341 de 2009. Por la cual se definen Principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC-, se crea la Agencia Nacional del Espectro y se dictan otras disposiciones. 30 de julio de 2009. [https://www.mintic.gov.co/portal/604/articulos-3707\\_documento.pdf](https://www.mintic.gov.co/portal/604/articulos-3707_documento.pdf)
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Editorial Gustavo Gil.
- Mena Pérez, M. (s.f.). Música. Etimologías. Consultado el 20 de octubre de 2019. <http://etimologias.dechile.net/?mu.sica>
- McLuhan, M. y Fiore, Q. (1987). *El medio es el mensaje*. Paidós
- Oficina de Gestión del Riesgo de Desastres. (2015). *Plan Municipal de Gestión del Riesgo de Desastres*. Municipio de Bello. <https://bit.ly/2UrGzDM>
- Palacio-Puerta, M. (2017). Los artistas colombianos y las plataformas de música digitales: algunas dificultades. *Revista de Derecho Privado*, (33), 111-133.
- Piscitelli, A. (2008). Nativos digitales. *Contratexto*, (16), 43-56. [http://fresno.ulima.edu.pe/sf/sf\\_bdfde.nsf/OtrosWeb/CONT16PISCITELLI/\\$file/02-contratexto16%20PISCITELLI.pdf](http://fresno.ulima.edu.pe/sf/sf_bdfde.nsf/OtrosWeb/CONT16PISCITELLI/$file/02-contratexto16%20PISCITELLI.pdf)
- Puyo Calvo, J. (2011). *Medios de comunicación: La presencia como amenaza*. [mpison.webs.upv.es/seminario2/pages/papers\\_11/puyo\\_julia\\_paper.doc](http://mpison.webs.upv.es/seminario2/pages/papers_11/puyo_julia_paper.doc)

## Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello

- Real Academia Española (s.f.). *Músico* (23.<sup>a</sup> ed.). Consultado el 15 de octubre de 2019 en <https://dle.rae.es/músico>
- Real Academia Española (s.f.). *Visibilizar* (23.<sup>a</sup> ed.). Consultado el 15 de octubre de 2019 en <https://dle.rae.es/visibilizar>
- Roldán, S. (2019). *Cifras de los habitantes del municipio de Bello*. Comunicación personal. Bello.
- Sardar, Z. y Van Loon, B. (2005). *Estudios culturales para todos*. Paidós.
- Serna Montoya, I. C. (2017). *Retos y desafíos institucionales en asentamientos informales: Estudio de caso de la vereda Granizal del municipio de Bello, Antioquia* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Colombia]. Repositorio Institucional UNAL. <http://bdigital.unal.edu.co/62147/1/43635694.2018.pdf>
- Torres Osuna, C. D. (2016). *Músicos independientes mexicanos: Distribución, promoción y comercialización de sus creaciones*. *Revista Luciérnaga*, 8(15), 24-33.
- Werner, J. (1994). *Paideia: los ideales de la cultura griega*. Fondo de Cultura Económica.

## Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello

### 9. Anexos

Tabla 2. Cantantes objeto de estudio y etiquetado.

Nombre del músico	Descripción
Juan Guillermo Muñoz	Músico bellanita, instrumentista y cantante. Hace parte de la agrupación musical del artista de música popular Pipe Bueno, en el cual se desempeña como guitarrista y corista. Ha aportado significativamente en proyectos musicales y participado en diferentes concursos, llegando siempre a los finalistas. También, ha sido director musical de un proyecto llamado “bello, una historia por contar”, en la cual se resalta lo “ <i>bello de Bello</i> ”.
Sara Guzmán	Músico bellanita, instrumentista y cantante. Ella es una artista independiente que suele interpretar en bares.

## Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello

Juan Pablo Jiménez	Músico bellanita, instrumentista y cantante. Este artista ha crecido significativamente gracias a los diferentes mecanismos de participación musical, aportando al crecimiento de la cultura del municipio. Se ha destacado como finalista en varios concursos de talentos.
Nayib Mena	Músico bellanita, instrumentista y cantante. Este personaje, conocido también como el “Choco”, además de ser profesor de matemáticas, disfruta del arte, de los bares y de la vida.
Valentina Restrepo	Músico bellanita, cantante. Esta gran artista hizo parte del famoso programa de televisión <i>La voz kids</i> , del canal Caracol, donde fue parte del equipo del cantante colombiano de pop Andrés Cepeda. Esta gran artista continúa demostrando su talento, participando en muchos escenarios y siendo una figura muy representativa en ellos llegando hasta los finalistas a nivel nacional. También hace parte de una agrupación con una proyección musical muy marcada: “Los de la noche”, en la cual se desempeña



## Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello

	como cantante.
Branet	músico bellanita, instrumentista y cantante. Este gran cantautor ha realizado música para diferentes artistas y compuesto distintas armonías y letras, proyectándose así como un artista internacional; por ejemplo, en Guatemala su música es escuchada y solicitada en varias cadenas de radio.
Emmanuel Guarín	Músico bellanita, instrumentista y cantante. Este artista, quien con sus conocimientos empíricos hace sus propias creaciones y capturas de audio en su casa, ha logrado tener un producto reconocible. Ayuda en la Universidad de Antioquia a hacer este tipo de

## Percepción y uso de plataformas digitales de los músicos del municipio de Bello

	<p>ejercicios de una manera más profesional.</p>
Daniel Pérez	<p>Músico bellanita, instrumentista y cantante. Este artista mezcla sus dos pasiones: la música y el diseño y creación de contenidos digitales audiovisuales.</p>
Isabel Buitrago	<p>Músico bellanita, cantante. Esta artista ha participado desde pequeña en concursos, siendo finalista y ganadora de muchos premios, que la han llevado a presentarse en varios escenarios.</p>
Cristian Riaño	<p>Músico bellanita, instrumentista y cantante. Este artista es graduado de informática musical y ha ido creciendo demasiado, logrando ser parte de múltiples agrupaciones como pianista y cantante.</p>