



**RIDAA**  
Repositorio Institucional  
Digital de Acceso Abierto de la  
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad  
Nacional  
de Quilmes

Yannicelli, Agustín

# Herramientas para la protección y difusión del producto sonoro



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.  
Atribución - No Comercial - Compartir Igual 2.5  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

*Cita recomendada:*

Yannicelli, A. (2021). *Herramientas para la protección y difusión del producto sonoro. (Programa)*. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/5943>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

**Universidad Nacional de Quilmes  
Escuela Universitaria de Artes  
Programa Regular – Cursos Presenciales**

<b>CARRERA:</b>	Tecnicatura Universitaria en Creación Musical. Tecnicatura Universitaria en Producción Musical y Nuevas Tecnologías
<b>AÑO:</b>	2021
<b>ASIGNATURA:</b>	Herramientas para la protección y difusión del producto sonoro
<b>DOCENTE:</b>	Yannicelli, Agustín
<b>CARGA HORARIA TOTAL:</b>	4 horas
<b>CRÉDITOS:</b>	8
<b>TIPO DE ASIGNATURA:</b>	Teórico-práctica

**PRESENTACION Y OBJETIVOS:**

**Presentación**

La asignatura plantea la superación de las dicotomías “arte-mercancía” y “artista-trabajador”.

Encuentra a la Universidad como una institución que produce conocimiento y a la vez es formadora de profesionales, en este caso del arte, y a las obras artísticas como bienes intangibles comercializables, tal como lo son en actualidad.

Como trabajadores/as del ámbito de la cultura y el entretenimiento, los/as estudiantes y artistas son sujetos de derechos y obligaciones sobre sus obras e interpretaciones. Es tarea de la Educación Superior poner en conocimiento sobre el mecanismo legal vigente y las regulaciones nacionales e internacionales que amparan tanto a los/as artistas como así también a las creaciones artísticas por sí mismas.

Para ello, se brindará un conjunto de herramientas y experiencias para la profesionalización del artista músico/a y los distintos actores del ecosistema musical. Durante la cursada se exploran las distintas modalidades y estrategias actuales para la difusión, promoción, visibilización y financiación de proyectos musicales.

Teniendo en cuenta las distintas complejidades propias del sector musical, se realizarán análisis, reflexiones y se generarán interrogantes en relación a cómo entender y desenvolverse en el rol que cada uno/a desea ocupar y ejercer en la industria musical.

**Objetivos:**

Que los/as estudiantes puedan:

- Interpretar los conceptos centrales de las industrias culturales en general.
- Asimilar el vocabulario específico de la industria de la música en particular.

- Distinguir entre los distintos eslabones de la cadena de valor de la industria de la música y sus industrias auxiliares.
- Identificar los agentes y actores del sector.
- Disponer de herramientas para poder analizar el mercado local y global de la industria musical
- Reconocerse en dicha actividad económica como potencial trabajador/a en alguna de las áreas.
- Estudiar la legislación nacional e internacional sobre propiedad intelectual.
- Conocer sobre los circuitos de las regalías por derecho de autor y derechos conexos y la monetización en las plataformas digitales.
- Comprender las funciones de las distintas entidades representativas de los/as músicos/as y los organismos gubernamentales que tienen al arte como eje.
- Adquirir herramientas de marketing tradicional y marketing digital para sus proyectos musicales y/o sonoros.
- Informarse sobre fuentes nacionales e internacionales de financiamiento para artistas y proyectos musicales.

### CONTENIDOS MÍNIMOS:

La música como una industria cultural. La cadena de valor de la industria de la música. Análisis del mercado de la música en la actualidad. Música en tiempos de COVID-19

Ley nº11.723 de Propiedad intelectual: marca, patente, licencias, nombres de dominios. Dominio público. El sistema del Derecho de autor: derechos morales y patrimoniales. El sistema de Copyright. Sistemas colaborativos, libres y combinados: Creative Commons. Los/as músicos/as como trabajadores: el salario del creador. Regalías por derechos conexos: comunicación pública y sincronización. Derecho de intérprete y Derecho de productor fonográfico. Sociedades de gestión colectiva. Sindicatos y asociaciones civiles.

Leyes para el sector musical. Ley Nº26.801: Creación del Instituto Nacional de la Música. Artículo nº65 de la Ley nº26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual: cuotas de música nacional y nacional independiente para las radios privadas. Políticas públicas de los diferentes niveles del Estado para el sector musical y sonoro. Líneas de financiamiento para los diferentes procesos de emprendimientos musicales y sonoros.

Nuevos actores, formas de distribución y modelos de negocio. Música y entorno digital. Música en vivo. Herramientas de marketing y difusión para los proyectos musicales y productos sonoros.

### CONTENIDOS TEMÁTICOS O UNIDADES:

#### UNIDAD I: MÚSICA E INDUSTRIAS CULTURALES

Concepto de industria cultural. Concepto de industria musical. Análisis del mercado de la música (local y global). La cadena de valor de la industria de la música. La música y el arte sonoro como insumos indispensables de otras industrias culturales: múltiples opciones de profesionalización y negocios.

#### UNIDAD II: PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA MÚSICA

Ley nº11.723 de Propiedad intelectual: marca, patente, licencias, nombres de dominios. Obras de dominio público. Propiedad intelectual en la música. El sistema del Derecho de Autor: derechos morales y patrimoniales. El sistema de Copyright. Sistemas colaborativos, libres y combinados:



Creative Commons. Los/as músicos/as como trabajadores. Regalías por derechos conexos: comunicación pública y sincronización. Derecho de intérprete y Derecho de productor fonográfico. Regalías por música en vivo.

**UNIDAD III: LEGISLACIÓN ESPECÍFICA DE LA MÚSICA e INSTITUCIONES**

Sociedades de gestión colectiva, sindicatos y asociaciones civiles: SADAIC, AADI, CAPIF, SADEM, UMI, FA-MI. Ley 26.801 del INAMU. Artículo 65° de la Ley n°26.522 de “Servicios de Comunicación Audiovisual”. Cuotas de música nacional y nacional independiente en la radio. Banco de música independiente. Otras leyes. Políticas públicas de los distintos niveles del Estado para el sector musical. Líneas de financiamiento para los diferentes procesos de emprendimientos musicales y sonoros.

**UNIDAD IV: HERRAMIENTAS DE MARKETING Y DIFUSIÓN**

Formación de público: el valor de la identidad y el relato. Música y entorno digital. Nuevos actores de la cadena de valor en el ecosistema digital. Distribución con foco en digital: agregadores. Autogestión. Sellos discográficos y Editoriales. Content ID. Monetización en plataformas digitales. Música en vivo pos COVID-19. La importancia de la profesionalización. Tipos de contratos.

**MODALIDAD DE EVALUACIÓN:**

De acuerdo al régimen de estudio vigente aprobado por la Universidad Nacional de Quilmes según Resolución (CS): 201/18 y modificatorias.  
<http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/5bbb4416f0cdd.pdf>

Se realizarán:

- 1 (un) trabajo práctico individual o grupal (a elección) de investigación de los contenidos de la Unidad I (30% de la calificación final)
- 1 (un) examen escrito individual por las unidades II y III (30% de la calificación final)
- 1 (un) trabajo práctico individual o grupal (a elección) de aplicación de contenidos de la unidad IV sobre un proyecto musical real o imaginario (30% de la calificación final).
- Nota conceptual: integrará participación en clase, puntualidad, entregas a tiempo de TP, (10 % de la calificación final).

**BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA:**

Albornoz, Luis A.-Herschmann, Michael (2012), “De las majors a los ‘barrios musicales’. Apuntes sobre la industria de la música en Iberoamérica”, Revista *Telos*, N° 91.

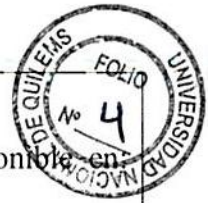
Byrne, David (2014): *Cómo funciona la música*. Barcelona. Random House Mondadori. 384pp.

Getino, Octavio (1995): *Las industrias culturales en la Argentina. Dimensión económica y políticas públicas*. Buenos Aires: Colihue, 378pp.

IFPI (2019): *Una mirada a la forma en que se disfruta la música grabada alrededor del mundo*, 17pp. Disponible online en: [https://www.ifpi.org/downloads/IFPI\\_MCS\\_2019\\_ESP.pdf](https://www.ifpi.org/downloads/IFPI_MCS_2019_ESP.pdf)

IFPI (2020): *Global Music Report. The Industry in 2019*. IFPI, 29pp. Disponible online en:

Programa: Regular



<https://www.ifpi.org/news/IFPI-issues-annual-Global-Music-Report>

INAMU, *Manual de Formación N° 1: Derechos Intelectuales en la Música*. Disponible en: <https://inamu.musica.ar/manuales-de-formacion>

INAMU, *Manual de Formación N° 2: Herramientas de Autogestión*. Disponible en: <https://inamu.musica.ar/manuales-de-formacion>

Lamacchia, María Claudia (2012) *Otro Cantar: La música independiente en Argentina*, Buenos Aires: Unísono Ediciones, 304 pp. ISBN 978-987-27811-0-1

Mena y Maccari (2015): *Guía REC: claves y herramientas para descifrar el ecosistema actual de la música*. Buenos Aires: Ministerio de Cultura de la Nación, DNIC, Programa Recalculando, 232 pp.

Resnikoff, Paul (2014): *The music industry has 99 problems and they are...*, Disponible en: <http://www.digitalmusicnews.com/2016/07/22/music-industry-99-problems-2/>

SINCA (2013) *Informe N°1 – Música*, en: *Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital*, Ministerio de Cultura de la Nación, Buenos Aires. Disponible en: <http://sinca.cultura.gob.ar/sic/encuestas/archivos/musica-01-a4-web.pdf>

Villalba, C. y Lipszyc, D. (2009): *El Derecho de Autor en la Argentina*, Buenos Aires: ED. La Ley.

Yúdice, George (2007): *Nuevas Tecnologías, música y experiencia*. Barcelona: Gedisa, 106pp.

Zallo, Ramón (1988): *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid: Akal, 209 pp.

## LEGISLACIÓN

- Artículos N° 65: Contenidos, Capítulo V: “Contenidos de la programación”, de la Ley N° 26.522 *Servicios de Comunicación Audiovisual*, de 10 de octubre de 2009, *Boletín Oficial de la República Argentina*, 10 de octubre de 2009, p.37.
- Artículo N° 97: Destino de los Fondos Recaudados, de la Ley N° 26.522 *Servicios de Comunicación Audiovisual*, de 10 de octubre de 2009, *Boletín Oficial de la República Argentina*, 10 de octubre de 2009.
- Ley N°11.723 de Propiedad Intelectual. Disponible en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/42755/texact.htm>
- Ley N° 26.801 de Creación del Instituto Nacional de la Música, publicada en *Boletín Oficial* 11/01/2013. Disponible en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/205000209999/207201/norma.htm>
- Ley N° 27.106 del “Día Nacional del Músico”, publicada en *Boletín Oficial* 3/07/2016. Disponible en: <https://www.boletinoficial.gob.ar/#!DetalleNorma/10637383/20160703>

## BIBLIOGRAFIA DE CONSULTA:



Lamacchia, María Claudia (2012): *Difusión digital de la música independiente y sus limitaciones*, en: *AVATARES de la comunicación y cultura*, N°4, ISSN 1853-5925 Disponible en: <http://www.ppct.caicyt.gov.ar/index.php/avatares/article/download/2511/2370>

Martel, Frédéric (2011): *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*. Madrid: Taurus, 458pp.

Observatorio de Industrias Creativas de la Ciudad de Buenos Aires (2011). *La Industria de la Música en la Ciudad de Buenos Aires: cambios y perspectivas en el sector de la era digital*. Ministerio de Desarrollo Económico del GCBA, Buenos Aires.

## MODALIDAD DE DICTADO

Cada clase se dividirá en dos módulos: uno exclusivamente teórico y el otro estará basado en material audiovisual a modo ejemplos. Este último módulo también contará con un espacio para consultas, debates e intercambios de experiencias entre estudiantes, el docente y, eventualmente, invitados/as especiales de la industria de la música.

## ACTIVIDADES EXTRAULICAS.

- Lectura del material bibliográfico y estudio.
- Preparación de los trabajos prácticos.

**Firma y Aclaración:**  
Dirección de carrera

Agustina Kamicelli  
DNI: 30.654.675

**Firma y Aclaración:**  
Docente  
(Inicializar cada hoja)