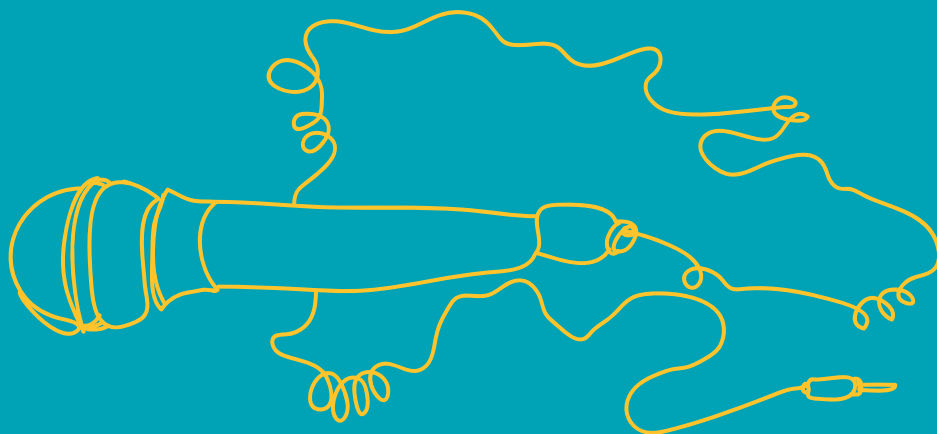


# ecosistema DE LA MÚSICA dominicana 2020



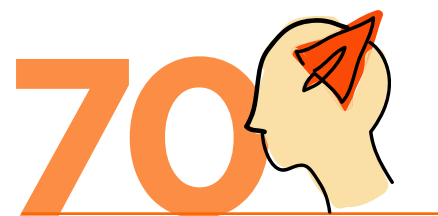
MAPEO, DIAGNÓSTICO Y RUTA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA  
**UNA CONSTRUCCIÓN COLECTIVA**

DOCUMENTO COLECTIVO RESULTADO  
DEL SEMINARIO CARIBE EMERGENTE III EDICIÓN  
AGOSTO 2020



Cooperación  
Española  
CULTURA + DESARROLLO/ACERCA

# Índice



## IMAGINAR

Visión del Ecosistema de la Música Dominicana

Misión del Ecosistema de la Música Dominicana

Planificación Estratégica

- *Ejes Estratégicos*



## VER

Cadena de Valor

Ecosistema

Mapa de Actores

Directorio



## HACER

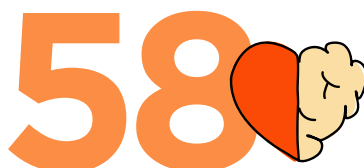
Objetivos

Proyectos



## INTRODUCCIÓN

Equipo de trabajo



## ENTENDER

Diagnóstico

Factores Internos del Ecosistema

- *Fortalezas*

- *Debilidades*

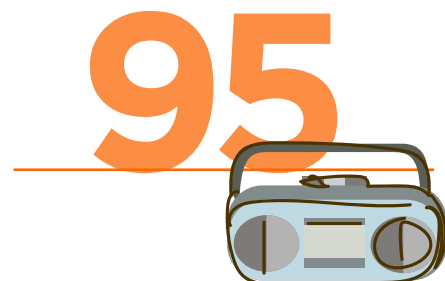
Factores Externos del Ecosistema

- *Oportunidades*

- *Amenazas*



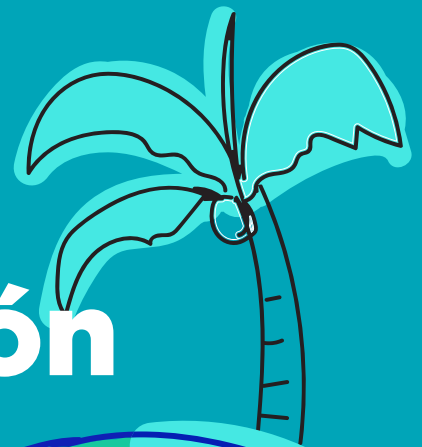
## METODOLOGÍA

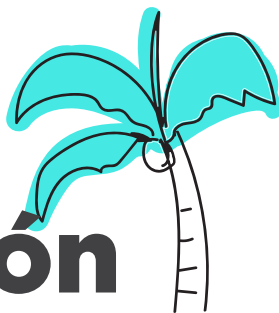


## CONCLUSIONES

## LLAMADO A LA ACCIÓN

# introducción





# introducción

*El presente informe es el resultado de un trabajo colaborativo realizado en gran medida durante el Taller de Mapeo del Ecosistema de la Música Dominicana, desarrollado en el marco de la Tercera Edición de Caribe Emergente: Seminario Internacional para la Gestión y Distribución de las Nuevas Músicas Dominicanas.*

Caribe Emergente, constituye un espacio de formación, encuentro y colaboración entre artistas, gestoras/es, productores/as de música en vivo, managers y otros profesionales de la música dominicana principalmente

de nuevas músicas y talentos emergentes. Es un proyecto impulsado por el Centro Cultural de España en Santo Domingo y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo a través de ACERCA Programa de Capacitación para el Desarrollo del Sector Cultural. Durante una semana completa se realizan, en la sede del CCESD, diversos talleres, conferencias, conversatorios y momentos de networking, procurando consolidar vínculos y obtener herramientas para el desarrollo del sector y de sus proyectos.

Desde sus dos primeras ediciones, las actividades se realizaron en articulación con la Alianza Francesa de Santo Domingo en el marco de la celebración de la Fiesta de la Música. Bajo la coordinación académica de Cecilia Moltoni, el Seminario ha promovido la participación y creación de lazos con entidades públicas y privadas tales como el Ministerio de Cultura y el Conservatorio Nacional de Música, el Ayuntamiento del Distrito Nacional, la Carrera de Música

de la Universidad Pedro Henríquez Ureña, la Fundación Retajila, el Cluster Turístico de Santo Domingo, compañías de la industria de alcance internacional (The Orchard, Symphonic Distribution), emprendimientos del sector con diversas trayectorias y experiencias en el país (M33 Estudio de Audio, Focus Entertainment, Caribe Alternativo, Talentox, Zorra Sonora, Shaveurlegz, Mishu Music, Quelonios, Santuario Producciones, Let's Get Indie, Fundación Cofradía, Fundación Sol Naciente). Asimismo ha contado con la participación de profesionales de República Dominicana, España, Colombia, Argentina, Brasil, Puerto Rico, Francia y Estados Unidos.

La tercera edición debió adaptarse a las circunstancias excepcionales ante la imposibilidad del encuentro presencial derivada de la crisis sanitaria del COVID-19. Esta reinención no podía ser solamente una cuestión de forma, no se trataba simplemente de trasladar lo presencial a una pantalla



por medio de alguna plataforma. El seminario debía desarrollarse en el contexto de una pausa obligada en el transcurrir de la música en vivo, con una crisis ocasionada por la interrupción y cancelación de actividades, afectando ingresos y sustento de profesionales de toda la cadena de valor de la música. A esto se le sumó cierta dificultad de una pronta reacción colectiva, fruto de la desarticulación al interior del ecosistema, y la carencia de información sistematizada y accesible que visibilice quiénes estaban siendo afectados, dónde estaban, en qué medida y por ende cómo activar redes de asistencia y organización.

Es clave comprender la importancia de la información y la asociación dentro del sector. Como ejemplo, en los primeros meses de la pandemia, sólo quienes se encontraban previamente en alguna instancia de agremiación como son los miembros de las sociedades de gestión colectiva de derechos (SODAI, SGACEDOM) pudieron levantar alguna voz a través de sus representantes procurando asistencia estatal y sensibilización social. Estas circunstancias plantearon el reto de repensar el sentido y los resultados esperados

del seminario para esta ocasión. Algunos objetivos permanecen intactos, adecuando la dinámica y la agenda temática específica a lo circunstancial del contexto. Por lo que se desarrollaron conferencias y conversatorios a través de las plataformas digitales del CCESD, las cuales se encuentran disponibles en el canal de **Youtube AQUÍ**

Sin embargo, la mencionada situación de crisis dejó en evidencia las carencias y la precariedad previa en la que se desarrolla la actividad musical en el país, además de la escasa articulación del sector que repercute en la debilidad para demandar colectivamente atención institucional. Por tal motivo, se redefinieron algunos objetivos y se reorientaron recursos para lograr construir de manera participativa un mapeo del ecosistema de la música dominicana, un directorio de actores en la cadena de valor, un diagnóstico y una hoja de ruta que oriente acciones para los próximos años. El mayor desafío radicó en el carácter colaborativo y participativo que se otorgó a esta tarea. Se desarrolló partiendo de un taller, en el cual a la vez que se apuntaba a la producción de resultados concretos,

el proceso en sí mismo impulsa el empoderamiento de los participantes, buscando una comprensión colectiva de la importancia de construir datos, de sistematizar información de nuestra actividad y de la definición de acciones conjuntas hacia un norte asumido colectivamente. Asimismo despierta el compromiso individual para la consecución de las acciones consensuadas.

Esta metodología puede hacerse más lenta y hasta incluso entenderse menos rigurosa desde un enfoque de investigación científica, sin embargo es inmensamente poderosa en tanto integra y moviliza las visiones, el deseo y la voluntad individual hacia un camino en comunidad con consensos y prioridades compartidas. Lograr esta conciencia compartida no es un resultado menor en un país donde hay una gran carencia de información cultural actualizada de manera constante, con datos relevantes para la toma de decisiones. República Dominicana realizó un esfuerzo en las primeras investigaciones y resultados de la Cuenta Satélite de Cultura, así como en la Encuesta Nacional de Consumos Culturales, pero ambas investigaciones carecen de continuidad y sus resultados

van quedando desactualizados. Comprender como actores de un ecosistema cultural la importancia de contar con este tipo de datos e información vigente es un primer paso para construir mejores condiciones, desarrollar la propia actividad, exigir atención, recursos y políticas públicas para el sector.

El 2020 había sido designado el Año Iberoamericano de la música, declaración acordada por la XX Conferencia Iberoamericana de Ministras y Ministros de Cultura en octubre de 2019, con el objetivo de fortalecer la industria de la música en Iberoamérica, articular todos los sectores que intervienen en ella, impulsar la educación musical como factor de cohesión social en toda la región, e invertir en proteger su rico patrimonio sonoro. Asimismo, Santo Domingo fue declarada en 2019 como Ciudad Creativa de la Música integrando así la Red de Ciudades Creativas de UNESCO. El Seminario Caribe Emergente, es enmarcado por el CCESD en este contexto, con objetivos que apuntan en sentido de la Estrategia Nacional de Desarrollo y de la Agenda 2030 de Objetivos de Desarrollo Sostenible, reconociendo la existencia de acciones

y alianzas del sector cultural tales como ARTE 2030. Particularmente se procura aportar en la profesionalización del sector hacia el Trabajo Decente y Crecimiento Económico (ODS 8), la Reducción de las Desigualdades (ODS 10), la Educación de Calidad (ODS 4) y las Alianzas para lograr los objetivos (ODS 17). Comenzamos pues el 2020 con esperanzas de que sería nuestro año para impulsar el desarrollo.

Sin embargo, la Pandemia del COVID 19 y la consecuente crisis económica, social y cultural global repercuten en la industria de la música (y en tantas otras) como nunca nos hubiéramos imaginado, incluso siendo un sector acostumbrado a la precariedad y las crisis continuas. Las esperanzas de inicio de año se convirtieron a lo largo de los meses en una lucha diaria por la subsistencia con riesgo de desaparición de un sin número de actores y emprendimientos vinculados a la música, no solo en República Dominicana sino en el mundo entero. Las consecuencias no son solamente económicas: la música aporta en cohesión social, en educación, en identidad y en la autoestima

que todos los pueblos necesitan para salir adelante.

Conocernos al interior del ecosistema, saber quiénes somos, cómo estamos, y hacia dónde vamos, permite orientar la toma de decisiones relativas al sector, tanto desde la política pública y la cooperación internacional, como desde la acción privada, independiente, de colectivos, fundaciones y emprendedores de la música. Es información que nos invita a asumir retos individuales y colectivos, compartir visiones y objetivos, y encarar en comunidad el recorrido que nos puede salvar del abismo.

**Información  
para asumir retos  
individuales  
y colectivos,  
compartir visiones  
y objetivos,  
y encarar en  
comunidad  
el recorrido  
que nos puede  
salvar del abismo**

“

**La música aporta  
cohesión social,  
educación,  
identidad  
y autoestima  
para salir  
adelante**

”

# equipo de trabajo



Proyecto impulsado por el Centro Cultural de España en Santo Domingo (CCESD) en el marco de ACERCA Programa de Capacitación para el desarrollo del Sector Cultural (AECID, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo)

## JAVIER HERNÁNDEZ ACOSTA

Docente, investigador y consultor especialista en Políticas Culturales, Emprendimientos Creativos, Investigación de Industrias Creativas. Fundador de Inversión Cultural, organización sin fines de lucro que promueve el desarrollo de empresas culturales y creativas en Puerto Rico. Doctor en Desarrollo Empresarial, Master en Negocios Internacionales y Posgrado en Gestión y Políticas Culturales. Impulsó diversas iniciativas de asociación en el sector de la música y la cultura en Puerto Rico como el Taller Cé, una cooperativa de cantautores. Asesor, consultor e investigador en encuestas, libros e investigaciones de Economía Creativa. Músico percusionista.

[@javihernande](#)

## CECILIA MOLTONI

Gestora cultural, consultora, docente. Manager de artistas de música fusión afro-dominicana. Dirige Caribe Alternativo: iniciativa para el desarrollo de la música emergente dominicana. Licenciada en Comunicación Social (UNC), Especialista en Desarrollo Humano (FLACSO). Estudió Gestión de Emprendimientos Creativos (UNC), Relaciones Culturales Internacionales (Catedra UNESCO, Girona), Gestión y promoción de Derechos Culturales (CCC, BsAs). Trabajó para la Organización de Estados Iberoamericanos en RD, para el Centro Cultural de España en Santo Domingo y el Centro Cultural España Córdoba (Argentina) donde dirigió Radio Eterogenia.

[@caribealternativoag](#)

## MARIÓN PAREDES PAGÉS

Profesional multifacética. Gerente general y co-fundadora de M33 Estudio de Audio, gestiona la carrera musical de Omar Quezada y produce proyectos para otros artistas. Ingeniera industrial y de sistemas con concentración en psicología. Coordinadora de proyectos de reciclaje en el Caribe para corporaciones internacionales.

[@marionparedes](#) [@m33.do](#)

## MARÍA DEL MAR

Actriz y vocalista intérprete. Formada en el teatro con grandes maestros/as, participó y dirigió diversas puestas de Teatro Musical. Productora en festivales de danza y de teatro. Solista invitada por la Orquesta Sinfónica Nacional y la Orquesta Papá Molina. Su proyecto Timeless Show es un poderoso concepto que explora las infinitas posibilidades de la interpretación. Docente y coach de búsqueda e introspección para artistas "LeitMotiv".

[@vitrolademar](#)



**EMILIA DISLA**

Comunicadora visual, diseñadora, emprendedora, road manager de artistas emergentes, productora y público fan y fiel de la música dominicana.

[@gevicong](#) [@gevisimo](#)

**LUITOMÁ**

Cantautor y compositor comprometido con su entorno y con la palabra como herramienta de transformación. Licenciado en comunicación social, con experiencia en coberturas, redacción y relatorías.

[@luitoma](#)

**PARTICIPANTES****DEL TALLER**

Amaury Díaz Mateo

[@emeojotai](#)

Claudia Ponjuán Fernández

[@claudiaylaonda](#)

Constanza Liz García Uzcátegui

[@constanzaliz](#)

Eliana Berretta

[@eliana\\_sabrina](#)

Elvis Agustin Ubiera Ceara

[@caribbeanzoul](#)

Emmanuel Breton (Brettón)

[@brettonmusica](#)

Eva Torroja

[@nonunproducciones](#)

Gabriela De Los Santos

[@gabydelossantosh](#)

Joseph Kraytem Rojas

[@notbadjoey](#)

Laura Isabel Montero Mendez

[@flutelaura](#)

Laura García Troncoso

[@lalymargar](#)

Luis Ricardo Espinal Rodríguez

[@selektorsiete](#)

Manuel Amorís Ramiro Matos

[@marmm.vmusic](#)

Melissa Capellán

[@alianzafrancesa.sd](#)

Melody Astacio

[@lavidaenmelodias](#)

Melvin J. Peralta

[@xmelvinjpm](#)

Merlis Camilo

[@merliscamilo](#)

Milian Reyes

[@musicapressrd](#)

Rosa Elena Rodriguez

[@miculturard](#)

Sarah Ninon Bertrand

[@sarahninon](#)

Teresa Ant. López M.

[@gestionando\\_la\\_cultura](#)

Vic Contreras

[@viccontrerasmusic](#)

Yadira Caminero Gerónimo

[@yadiracaminero](#)

Yohenny Enrique Agramonte

[@yohenny.agramonte](#)

Yokaira Martínez De Lora

[@ladoncelladelacordeonofficial](#)

**MARIAJO****RODRIGUEZ**

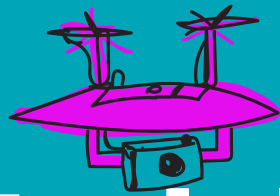
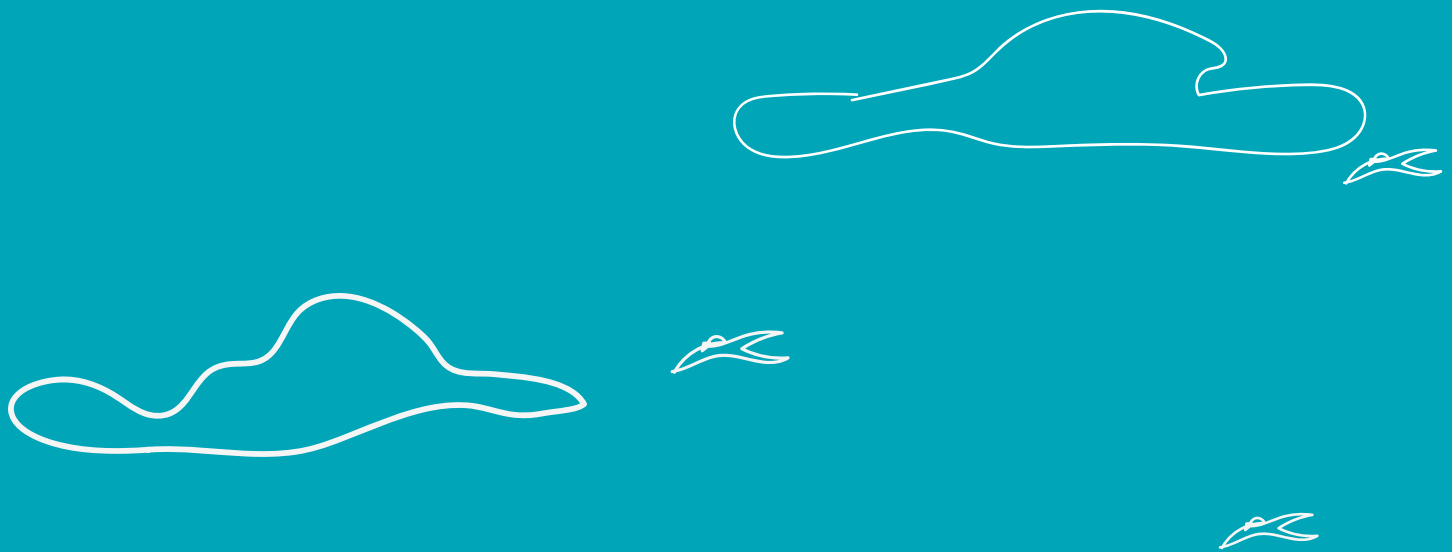
Manager en el circuito del nuevo pop dominicano. Trabaja junto a León Yamil, el dúo pop Eli y Emil, la artista cristiana Melody Astacio, entre otros. En 8 años ha colaborado con más de 50 proyectos, brinda servicios de relaciones públicas y prensa para artistas y es Road Manager en el equipo de Manny Cruz y RRPP en el país de Daniel Santacruz. Ama la música y arma sus recomendaciones en Musiquita pa mi Alma.

[@mariajo\\_rp](#) [@musiquitapamialma](#)

**MABEL MANZANO**

Artista visual y directora de arte. Egresada de Bellas Artes y Diseño Digital de Altos de Chavón, estudia Educación Especial (UNPHU) y dirige [@EstudioManzano](#) soluciones de arte, escenografía y diseño.

[@mabel.manzano](#)



# metodología





# metodología

*El presente informe es el resultado de un proceso colaborativo desarrollado en varias etapas.*

Se realizó una primera aproximación de reflexión entre un equipo de seis profesionales locales, agentes del ecosistema de la música emergente dominicana junto con un experto en industrias creativas, con amplia experiencia en contextos similares, con quién se definió la hoja de ruta y metodología del taller del Mapeo del Ecosistema de la Música Dominicana, realizado en el marco de Caribe Emergente III Edición.

La segunda etapa consistió justamente en el desarrollo del taller, facilitado por Javier Hernández Acosta con el apoyo del equipo local.

El taller fue íntegramente *online*, tuvo una duración de 8 horas de formación y debate, 2 horas de reflexión en torno a la visualización de avances y resultados recolectados y sistematizados de manera preliminar y 2 horas finales de impulso para el compromiso y la acción, profundizando en torno a posibles proyectos colectivos. Sumando un total de 12 horas.

Las personas que participaron fueron seleccionadas con criterios de diversidad, idoneidad y motivación ajustada al perfil del taller. De entre más de 60 inscriptos participaron 35 asistentes, entre quienes se contaban artistas, músicos, gestores/as, managers, productoras/es de eventos, comunicadores/as y agentes de relaciones públicas, asesores legales, entre otros.



## LOS OBJETIVOS DEL TALLER FUERON

- Comprender la definición de ecosistema de la música
- Entender los componentes del ecosistema
- Mapear a los actores que forman parte
- Identificar referencias, misión y visión de lo que queremos lograr
- Realizar un diagnóstico de la condición actual del sector
- Identificar oportunidades de acción
- Identificar ejes estratégicos a largo plazo
- Diseñar proyectos a corto plazo

En sesiones de trabajo grupal y a partir de ejercicios orientados por el facilitador, partiendo de metodologías de proyectos similares realizados en Puerto Rico con la noción de Microrredes Culturales

y sumando las discusiones dinamizadas por el equipo de trabajo, se construyeron de manera colaborativa una serie de resultados. Estos fueron recolectados en relatorías, documentos compartidos editados en simultáneo por los participantes, consolidando datos en un mapeo colaborativo y procurando la construcción de consenso en torno a visiones, objetivos, ejes estratégicos y propuestas para la acción a corto, mediano y largo plazo.

## **LAS ACTIVIDADES DE MAPEO, DIAGNÓSTICO, PRIORIZACIÓN Y DEFINICIÓN DE PROYECTOS SE HICIERON COLECTIVAMENTE EN LAS SESIONES VIRTUALES.**

- Identificación y reconocimiento del perfil de los participantes. Nos preguntamos quiénes somos y quién falta en este taller, como una primera aproximación que aporta en el diagnóstico.
- Definición de conceptos claves como ecosistema de

la música, cadena de valor, emprendimientos individuales y colectivos, microrredes culturales, entre otros.

- Dinámica de mapeo mediante un inventario de los actores de la cadena de valor de la música
- Representación gráfica del ecosistema de la música dominicana
- Diagnóstico actual a través de análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas
- Identificación de ejes estratégicos para la transformación y el desarrollo
- Definición de objetivos a partir de los ejes estratégicos Identificación de proyectos y acciones posibles a corto, mediano y largo plazo y su interdependencia y condiciones para concretarse
- Socialización de intereses, compromisos y posibles interlocutores y equipos de trabajo
- Avance en la definición de indicadores de alcance de los objetivos y ejecución de los proyectos propuestos

Finalizadas las sesiones el trabajo continuó en una tercera etapa en la cual por un lado se confirmaron y cargaron más de 1700 actores de la cadena de valor de la música dominicana en las categorías y subcategorías definidas durante el taller, construyendo un primer mapeo del ecosistema y un directorio de contactos de actores de la cadena de valor. Por otro lado, considerando las relatorías, documentos y datos recolectados durante el taller, y provocando nuevos diálogos con agentes claves de incidencia en el ecosistema de la música, el equipo abordó la sistematización y redacción en este informe.

**Fueron recolectados en relatorías, documentos compartidos editados en simultáneo por los participantes, consolidando datos en un mapeo colaborativo**

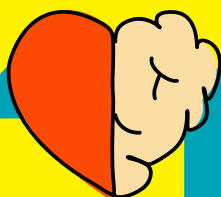


# estructura del mapeo



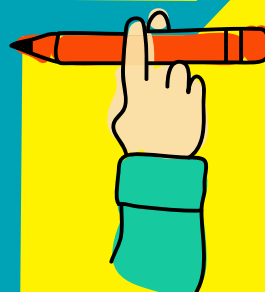
## VER

Cómo es el Ecosistema de la Música Dominicana, su estructura productiva, el recorrido de la música en la cadena de valor, cómo es el mapa de actores, quiénes forman parte.



## ENTENDER

Qué nos dice este mapa de actores sobre el estado de nuestro ecosistema. Cuáles son sus fortalezas, sus debilidades. Sobre qué componentes es oportuno trabajar. Qué amenazas están impactando.



## HACER

Acción. Sobre qué podemos operar, de qué forma, a quiénes debemos recurrir, en qué tiempos.



## IMAGINAR

Cómo queremos que sea. Qué queremos lograr. Qué necesitamos conseguir para ello. Quiénes deberían intervenir.

# VER



*Cómo es el Ecosistema de la Música Dominicana,  
su estructura productiva, el recorrido de la música  
en la cadena de valor, cómo es el mapa de actores,  
quiénes forman parte.*

# mapa del ecosistema de la música dominicana



**"DE LA TIERRA  
E LA PALMERA,  
DONDE YO TE CONOCÍ,  
CON TUS BENDICIONES  
QUE DAN FUERZA  
PA'L RIGOR DEL VIVIR"**

Erzili Dantor, Toné Vicioso y Aumbatá



## cadena de valor

**Conjunto de actividades dentro del ciclo de producción de un sector que facilitan su llegada al mercado objetivo y la captura de valor económico.**



La cadena de valor de la música está conformada por todas las actividades, y las personas y empresas que las ejecutan, para que la música desde el momento de la creatividad transite hasta el punto de monetizarse, generar valor económico y retroalimentar la misma cadena de manera sustentable para su continuidad.

La música crea valor e impacta en muchos sentidos: identidad, cohesión social, reflexión, memoria, emoción, pertenencia, lazos. El valor económico generado por las actividades

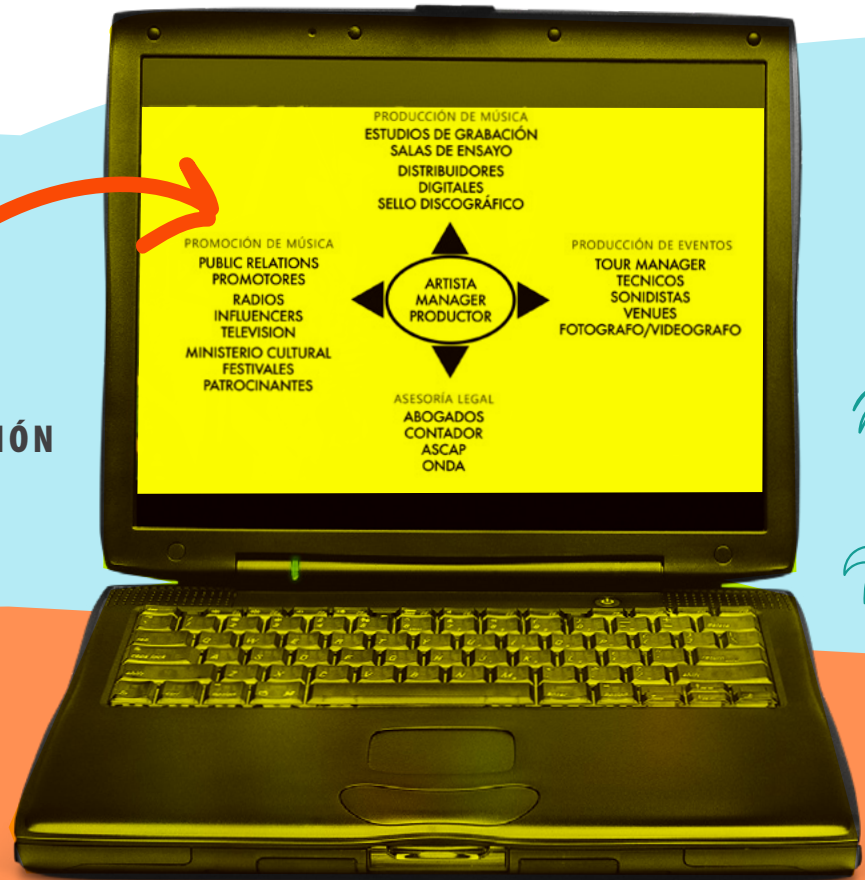
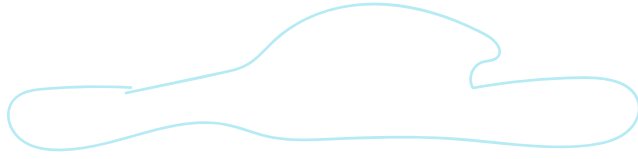
del ecosistema de la música es solo un aspecto, no es el único, y no por eso es menos importante. Comprender y conocer la cadena de valor de nuestro ecosistema musical, nos permite identificar en qué aspecto y momento de la misma podemos incidir para multiplicar su valor económico, cultural y social.

Esto ocurre en un entorno social, cultural, político, demográfico, económico. Fenómenos del ambiente macro y micro que afectan cualquier cadena productiva.

El ecosistema de la música forma parte del ecosistema artístico, que es parte de un ecosistema cultural, de industrias creativas, de la industria del entretenimiento, una industria con alcance e impacto global, de un ecosistema económico de un país. Esas interrelaciones impactan y no debemos olvidarlas.

Para identificar los eslabones, momentos y protagonistas de la cadena de valor el primer ejercicio realizado fue pensar colectivamente desde dónde



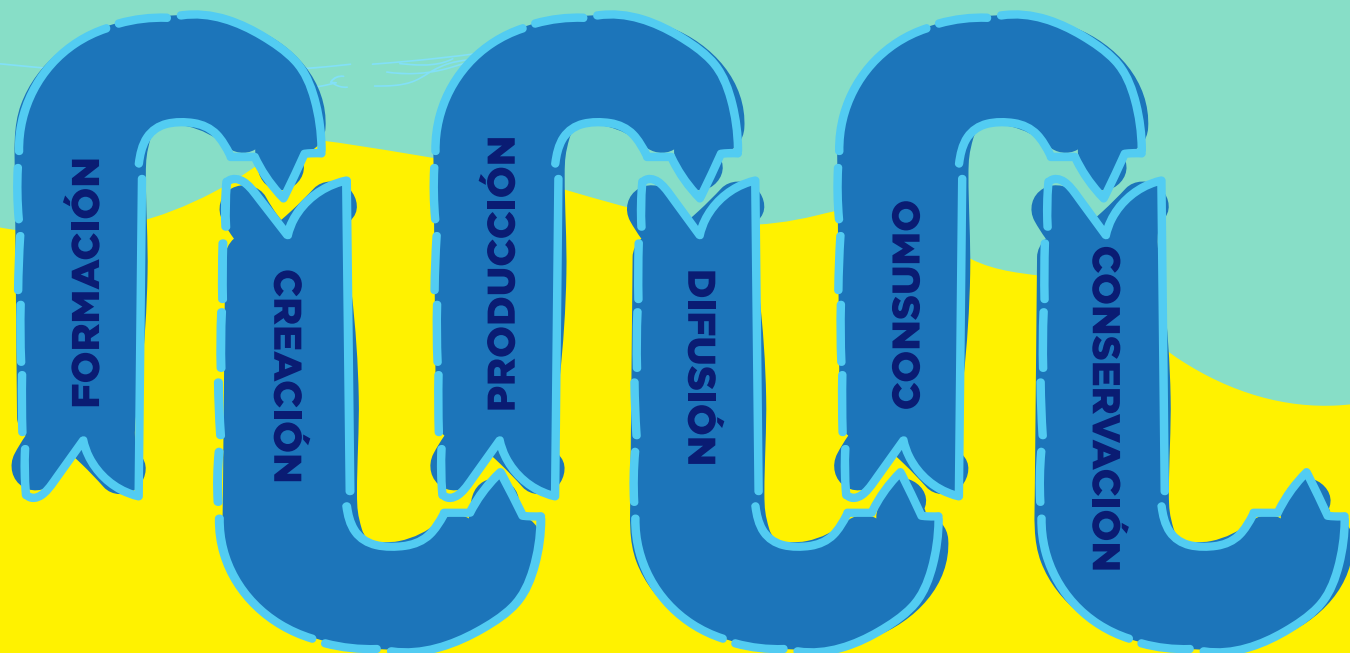


## EJERCICIO DE IDENTIFICACIÓN Y DISEÑO DE LA CADENA DE VALOR DURANTE EL TALLER DE MAPEO

comienza el trayecto de la música y qué requiere para llegar al punto de generar valor. Diseñar la ruta de la música en el ecosistema, pensando en quiénes forman parte directa o indirectamente en cada momento.



# flujo de la música



**"ASÍ COMO VIENE,  
ASÍ MISMO VA:  
CON UN SENTIMIENTO  
QUE BUSCA  
LA LIBERTAD"**

*No se puede apagar - La Marimba*



***En esta ruta hay zonas de mayor riesgo y zonas de mayor capitalización. La zona de mayores riesgos, de menor rentabilidad es la de la creación.***

En la zona de comercialización es donde tenemos menor presencia generalmente y eso se pudo observar al avanzar con los ejercicios de reflexión. La zona de comercialización y capitalización es donde se

captura el valor económico. Nos invita a pensar cómo fortalecemos este componente de captura de valor económico: regalías, presentaciones, sincronización, otras fuentes de ingresos.



## ecosistema

***Se trata de una unidad compuesta de organismos interdependientes que comparten el mismo hábitat.***

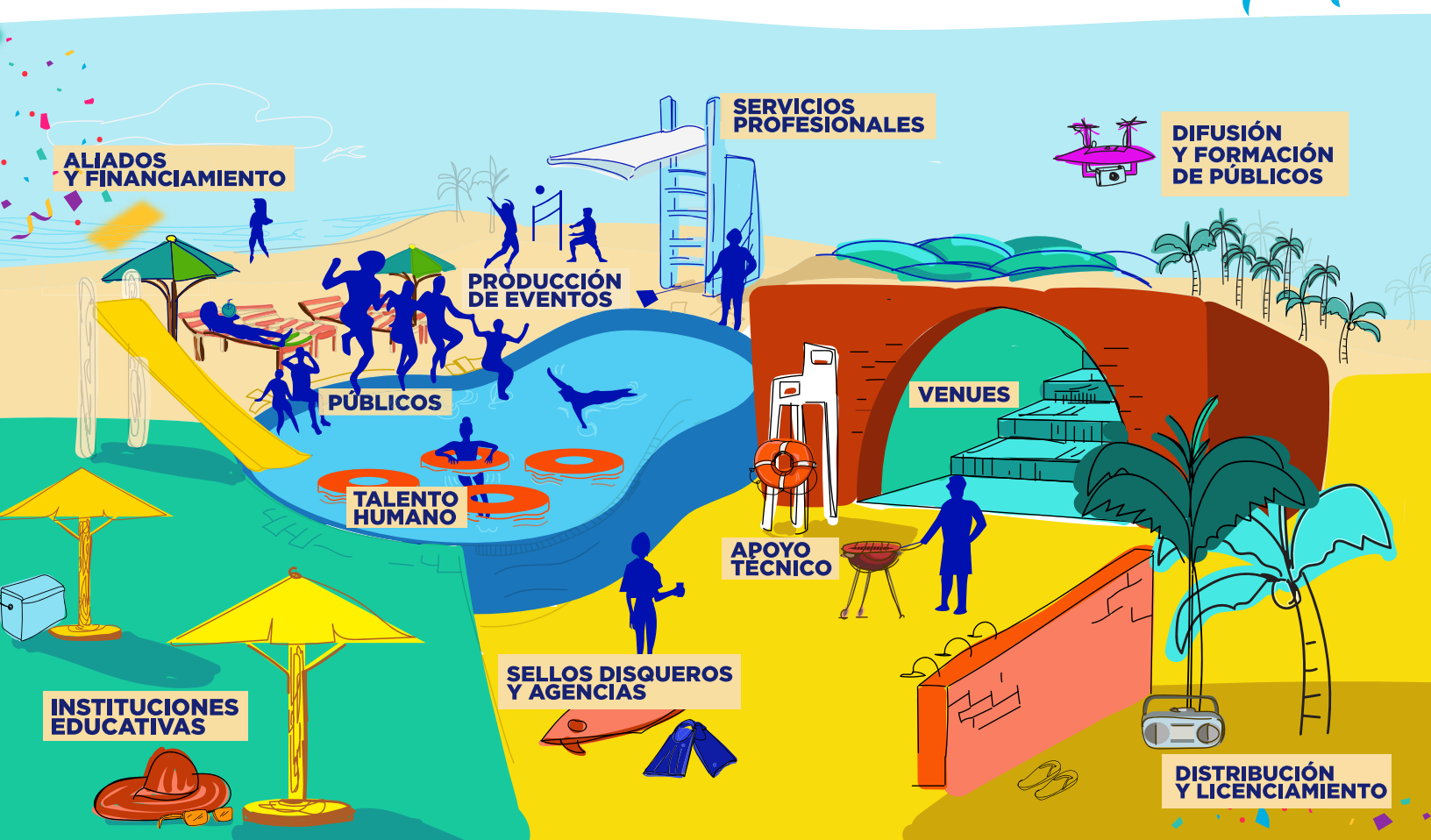
El ecosistema musical contiene sectores, actores, que asumen roles y funciones, que se relacionan entre sí, desarrollan procesos y establecen pautas sobre su funcionamiento. Es un gran sistema operativo en el cual los organismos que forman parte accionan, interactúan y cooperan. Establecen una dinámica idealmente eficiente, fluida, robusta, adaptable. Es una industria que ha experimentado profundos cambios en los últimos años, desafíos y nuevos modelos que permiten incluir otros actores,

contenidos artísticos, formas de trabajo y modificar reglas de juego. Creación, desarrollo, audiencias, consumo, canales, medios, formatos, todo está en rápida transformación e innovación. A pesar de estas modificaciones es posible reconocer procesos que la música realiza en el ecosistema que le da vida, identificando los actores que toman acción en cada etapa.

A fin de facilitar la comprensión diseñamos esta ruta planteando una cadena de valor lineal,

sin embargo al visualizar el ecosistema y el trayecto de la música no se trata de un recorrido recto a lo largo del tiempo. Entran en el juego actores con diferente peso, interdependencias que facilitan o dificultan, relaciones más fuertes y fluidas, otras más débiles. Funciones específicas en cada componente que impactan sobre el recorrido: regulación, formación, creación, producción, circulación, exhibición, financiamiento, entre otras.





El Ecosistema de la Música Dominicana es una gran fiesta en la playita, en la piscina.

Hay actores, personas, talentos, gente que aporta lo suyo y la pasa bien.

Hay relaciones, vínculos, conflictos, tensiones, historias, desarrollo.

Por momentos crecimientos en un área, pérdidas en la otra, por

momentos equilibrios, encantos y desencantos, concentración y desconcentración.

Hay silencios y hay bulla. Pero siempre está en movimiento. Y siempre es un buen plan.

La estructura productiva es compleja y los actores que la conforman ocupan áreas o componentes mucho más amplios que la parte creativa.

A continuación presentamos la visualización del Ecosistema de la Música Dominicana construida de manera colectiva y participativa, identificando primero categorías interdependientes y profundizando en subcategorías que se vinculan y dialogan entre sí continuamente. Un acercamiento para hacer consciencia de quiénes somos, qué hacemos, cómo nos vinculamos y quiénes faltan.

## ALIADOS Y FINANCIAMIENTO

- Otras Industrias Creativas y Culturales
- Sociedades de Gestión
- Empresa Privada
- Fundaciones
- Organismos de Cooperación Internacional
- Gobierno

## SERVICIOS PROFESIONALES

- Compañía Suplidoras
- Tiendas de Instrumentos
- Estudios de Grabación
- Salas de Ensayo
- Sonido en Vivo
- Luces y pantallas
- Talento Humano Técnico
- Ingenieros de Sonido
- Técnicos y Personal de Soporte
- Luminotécnicos

## PRODUCCIÓN DE EVENTOS

- Productores de eventos
- Festivales y fiestas
- Tiqueteras

## SELLOS DISQUEROS Y AGENCIAS

- Sellos Disqueros
- Agencias Booking, Desarrollo y Management

## PÚBLICOS

- Circuitos y Clusters

## TALENTO HUMANO

- Agrupaciones (Bandas/Artistas)
- Productores Musicales

## INSTITUCIONES EDUCATIVAS

- Universidades o instituciones oficiales con programas de música
- Universidades con programas de gestión
- Academias privadas de formación musical

## DIFUSIÓN Y FORMACIÓN DE PÚBLICOS

- Prensa escrita
- Radio
- Medios digitales generales TV
- Medios especializados
- Podcasts (Spotify, Ivoox, Youtube)
- Influencers
- Periodistas / Críticos

## VENUES

- Teatros
- Salas de conciertos
- Estadios
- Bares/café culturales
- Centros culturales

## APOYO TÉCNICO

- Estudios de grabación
- Salas de ensayo
- Sonido en vivo
- Luces de escenario
- Tiendas de instrumentos y equipos

## INTRA

- Fabricantes de Discos
- Distribución Digital
- Tiendas
- Editoriales

## INTER

- Audiovisual
- Videojuegos
- Publicidad
- Televisión

## DISTRIBUCIÓN Y LICENCIAMIENTOS

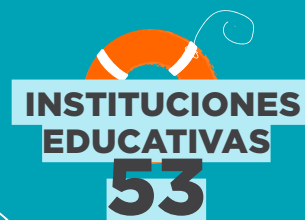
Este mapa de actores y el directorio derivado no es más que una aproximación a modo de ejercicio colectivo de reconocimiento. No se trata de un listado acabado ni exhaustivo. Es un intento colaborativo por reconocernos como parte de una estructura compleja que impacta a través de diversas áreas y actividades, a cientos de actores y miles de personas. El directorio permanecerá abierto *online* para una alimentación continua y actualizada.





## mapa de actores y directorio

*Luego de identificar la complejidad del ecosistema y sus componentes, el ejercicio colectivo consistió en identificar y verificar actores específicos de cada categoría y subcategoría, creando un mapa y un directorio que arrojó como resultado la siguiente composición.*





“

**Saber**

**quiénes somos,  
cómo estamos  
y hacia dónde  
vamos**

”



# instituciones educativas

*Espacios de formación musical, para la creación, interpretación o educación musical, para la investigación o para la gestión, administración, producción o mercadeo de la música y/o las industrias creativas. Sean públicos o privados, de formación inicial o profesionalización, con o sin títulos oficiales.*

**INSTITUCIONES OFICIALES  
Y UNIVERSIDADES  
PÚBLICAS O PRIVADAS  
CON PROGRAMAS  
DE MÚSICA**



**INSTITUCIONES Y UNIVERSIDADES  
PÚBLICAS O PRIVADAS CON  
PROGRAMAS DE GESTIÓN  
E INVESTIGACIÓN PARA LA MÚSICA  
Y LAS INDUSTRIAS CULTURALES**



# 53

**ACADEMIAS  
PRIVADAS  
DE FORMACIÓN  
MUSICAL**

34



# actores instituciones educativas

## INSTITUCIONES OFICIALES Y UNIVERSIDADES PÚBLICAS O PRIVADAS CON PROGRAMAS DE MÚSICA

- Bachilleratos Modalidad en Artes**  
*Ministerio de Educación*
- Bandas Escolares de Música** *Programa del Ministerio de Educación. Centros Educativos de Nivel Primario y Secundario*
- Centro de la Cultura Ercilia Pepín** *Santiago*
- Centro educativo Don Pepe Alvarez**  
*Politécnico Música y Artes La Vega Regional 06*
- Conservatorio Nacional de Música**
- Escuela Elemental de Musica Elila Mena**
- Instituto Tecnológico de las Américas ITLA**
- Maestría en Educación Musical**  
*Universidad O&M*
- Programa Berklee en Santo Domingo**  
*Formación y Becas*
- Santo Domingo Training Center**  
*Ingeniería de Sonido*
- Sistema Nacional de Escuelas Libres de música** *Ministerio de Cultura*
- Sistema Nacional de Orquestas Sinfónicas juveniles e infantiles** *Ministerio de Cultura*
- Universidad Autónoma de Santo Domingo: Facultad de Artes: Escuela de Música**  
*Licenciatura en Música menciones en Instrumentista, Educación, Canto y Dirección Coral*
- Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña: Facultad de Arquitectura y Arte**  
*Escuela de Música*

## INSTITUCIONES Y UNIVERSIDADES PÚBLICAS O PRIVADAS CON PROGRAMAS DE GESTIÓN E INVESTIGACIÓN PARA LA MÚSICA Y LAS INDUSTRIAS CULTURALES

- Centro de Capacitación y Desarrollo de Derecho de Autor y Derechos Conexos de la Oficina Nacional de Derecho de Autor ONDA**
- Centros Mipymes** *Viceministerio de Fomento a las Mipymes*
- Técnico Superior en Producción de Eventos ITSC**
- UNAPEC**  
*Diplomado en Experto en Gestion del Talento en las Artes & Negocios Culturales*
- Universidad Autónoma de Santo Domingo: Facultad de Artes**  
*Escuela de Crítica e Historia del Arte*

## ACADEMIAS PRIVADAS DE FORMACIÓN MUSICAL

- Academia de Formación Musical Amaury Sánchez (AFA)**
- Academia de Música Musical House**
- Academia de Música Patricia Logroño**
- Academia de Música y Artes Punta Cana**
- Academia Dominicana de Música y Artes**
- Allegro**
- Attico Music**
- Carol Morgan School Music Program**
- Centro Académico de Formación Musical Roraima**
- Centro de Educación Musical Moderna CEMM**
- Crescendo Musical**
- Do Re Mi (Dominican Republic Music Institute)**
- EduMusic**
- Escuela de Música Perico Ripiao**
- Escuela de Música Somos Adoradores**
- Escuela Elemental LidMusic**
- Escuela Ministerial de Músicos Adoradores Judá**
- Estudio Diná Educación Musical (EDEM)**
- Estudio Vocal Salime Caram**
- FeduJazz**
- Festi-Band**
- Fundación Soli Deo Gloria**
- Harmony School of Music**
- Hermanos Ureña Music Academy**
- Hogar de la Armonía Escuela de Música Santiago**
- Instituto Canzion**
- Instituto de Cultura & Arte ICA**
- Lorens Music Academy**
- Medrano Music Academy**
- Music Corner**
- SDQ Training Center**
- Tecnoacústica** *Producción Musical*
- Triada**
- WernePoppins**

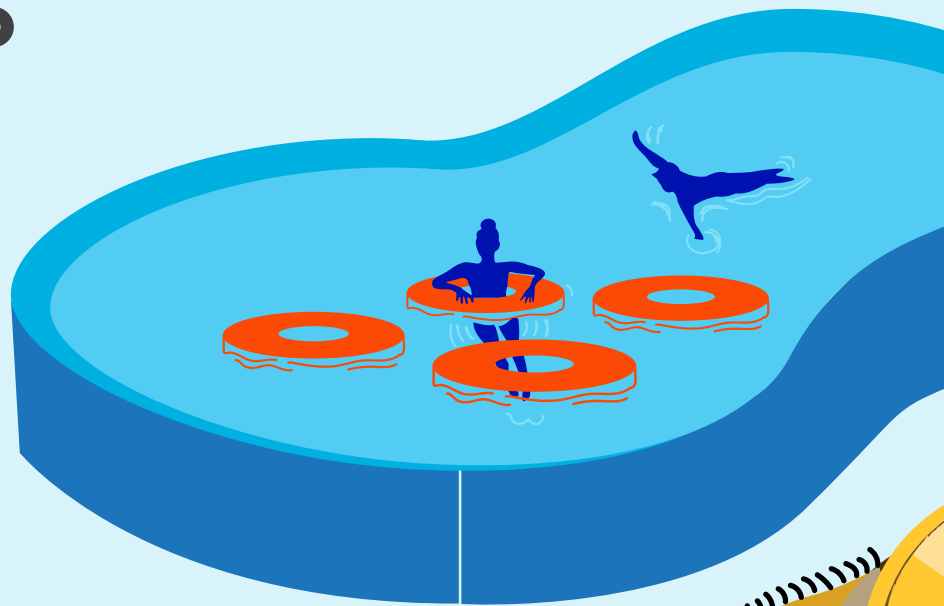
INSTITUCIONES  
EDUCATIVAS

53

# talento humano artístico

*Sin dudas definir y categorizar el talento humano - artístico es tarea difícil. Para este mapeo consideramos en esta categoría aquellos proyectos musicales sean solistas o agrupaciones, que cuentan con identidad propia y vigencia o existencia actual, funcionan de manera estable (no esporádica), sean proyectos autorales o de interpretación de versiones y covers, independientemente de su tiempo de trayectoria, tengan o no contratos con disqueras, tengan o no material fonográfico publicado. No se incluye en este mapeo y directorio un censo de talentos músicos intérpretes y ejecutantes que forman parte de otros proyectos o brindan servicios en estos de manera autónoma o a título personal. No obstante sí se contempló como subcategoría a los productores musicales que se dedican específicamente a esta labor artística.*

# 585



# talento humano agrupaciones bandas y artistas

## URBANO

Trap, Dembow, Reggaeton, Merengue de calle, Rap, Hip-Hop

80



## TROPICAL

MerenHouse, Perico Ripiao, Son, Fusón

27

## MERENGUE

28

## BACHATA

21

## SALSA

16

## ALTERNATIVA FUSIÓN

55

## ROCK Y METAL

52

## CRISTIANA/ CATÓLICA

51

## FLOKLORE/ TRADICIONAL

23

## CLÁSICO

19

## ELECTRÓNICA

38

## BALADA ROMÁNTICA/ BOLERO

34

## JAZZ

24

## POP URBANO/ POP ROCK/ POP FUSIÓN

60

## SOUL/ R&B

2

## actores talento humano agrupaciones, bandas y artistas

### URBANO (TRAP, DEMBOW, REGGAETON, MERENGUE DE CALLE, RAP, HIP-HOP)

- |                           |                           |                             |
|---------------------------|---------------------------|-----------------------------|
| 1. Acentoh                | 29. Juliana               | 57. Nock Nock               |
| 2. Aliany Garcia          | 30. Kashmir Jones         | 58. Nostalgia - Jt y Kidbro |
| 3. Amenazzy               | 31. Kiko El Crazy         | 59. NZA 333                 |
| 4. André Irving           | 32. Kilos de Rap          | 60. Okeiflou                |
| 5. Bethoven Villamán      | 33. La Insuperable        | 61. Omega                   |
| 6. Bulín 47               | 34. La Materialista       | 62. Patty M                 |
| 7. Bulova                 | 35. La Perversa           | 63. Químico Ultramega       |
| 8. Ceky Viciny            | 36. Lafontaine            | 64. Rochy RD                |
| 9. Chimbala               | 37. Lil Gomu              | 65. Rosaly Rubio            |
| 10. DJ Scuff              | 38. Lírico                | 66. Secreto                 |
| 11. D-Kano                | 39. Liro Shack El Sofoque | 67. Selektor Siete          |
| 12. Dominio Propio        | 40. Lo Blanquito          | 68. Serranow                |
| 13. Don Miguelo           | 41. Los Pepe              | 69. Shadow Blow             |
| 14. El Alfa               | 42. LR ley del Rap        | 70. Shellow Shack           |
| 15. El Batallón           | 43. Manu Rozz             | 71. Stross                  |
| 16. El Cata               | 44. Mark B                | 72. Sujeto Oro 24           |
| 17. El Cherry             | 45. Mayani Swave          | 73. Tito Swing              |
| 18. EL Lápiz Consciente   | 46. MC Pablo              | 74. Tokisha                 |
| 19. El Mayol              | 47. Mediopicky            | 75. Toxic Crow              |
| 20. El Poeta Callejero    | 48. Melymel               | 76. Tueska                  |
| 21. Esar Simó ICSRProject | 49. Milabe                | 77. Tulile                  |
| 22. Freaky Phillip        | 50. Milo K                | 78. Vakeró                  |
| 23. Fundio Musica         | 51. Mizifurodriguez       | 79. Villano Sam             |
| 24. Gaudy Mercy           | 52. Mozart La Para        | 80. Young Maelo             |
| 25. Gnomico               | 53. MR.Raymi              |                             |
| 26. Harakakiko            | 54. NEGRO HP              |                             |
| 27. Inka                  | 55. Negro Karibe          |                             |
| 28. Julián Oro Duro       | 56. NFASIS                |                             |

### TROPICAL (MERENHOUSE, PERICO RIPIAO, SON, FUSÓN)

1. Alajazá
2. Banda Real
3. Be Crazy
4. Chichi Peralta
5. El Prodigio
6. Fefita La Grande
7. FrankOs
8. Grupo Bonyé
9. Ilegales
10. José El Calvo
11. Kerubanda
12. King de la Rosa
13. Krisspy
14. La Doncella del Acordeón
15. La India Canela
16. La Selección Típica Femenina
17. Manny Audico
18. María Díaz
19. Masa y la Big Band Típica
20. Max Banda
21. Nexomuzic
22. Nicol Peña
23. Rafelito Román
24. Roberto Bobadilla y Son Urbano
25. Urbanda
26. Wilman Peña
27. Yovanny Polanco

### MERENGUE

1. Alex Bueno
2. Anibal Bravo
3. Aramis Camilo
4. Bonny Cepeda
5. Conjunto Quisqueya
6. Cuco Valoy
7. Eddy Herrera
8. Fernando Villalona
9. Frank Ceara
10. Gabriel Pagán
11. Héctor Acosta
12. Jayson Guzman
13. Johnny Ventura
14. Juan Luis Guerra
15. Kinito Méndez
16. Leo Subervi y Alto Contraste
17. Los Hermanos Rosario
18. Manny Cruz
19. Milly Quezada
20. Miriam Cruz
21. Peña Suazo y la Banda Gorda
22. Pochy Familia
23. Ramón Orlando
24. Ruby Pérez
25. Sergio Vargas
26. Sin Fronteras
27. Toño Rosario
28. Wilfrido Vargas

### BACHATA

1. Anthony Santos
2. Edwin Jay
3. El Chaval
4. El Torito Héctor Acosta
5. Elvis Martínez
6. Frank Reyes
7. Joe Veras
8. Judy Santos
9. Leonardo Paniagua
10. Luis Miguel del Amargue
11. Luis Segura
12. Luis Vargas
13. Monchy Official
14. Oasis Band
15. Prince Royce
16. Ramón Torres
17. Romeo Santos
18. André Veloz
19. Samuel González
20. Teodoro Reyes
21. Zacarías Ferreiras

### SALSA

1. Alex Matos
2. Asdrubar
3. Chiquito Team Band
4. David Kada
5. Eh Shawnee
6. Félix Manuel
7. José Alberto "El Canario"
8. Kewenaonda
9. Michel El Buenón
10. Omar Quezada
11. Pakolé
12. Raulin Rosendo
13. Revolución Salsera
14. Sexapeal
15. Yanfourd
16. Yiyo Sarante

### CLÁSICO

1. Aisha Syed
2. Camerata Caribensis
3. Coro de Niños de Santo Domingo *CNSD*
4. Grupo Adagio
5. Grupo Caprice
6. Grupo de Cámara InArt
7. Juventud Musical Dominicana *JMD*
8. Lap Music
9. MARM.VMUSIC *Manuel Amorís Piano*
10. Merengue de Cámara
11. Nasser Issa Violinista Urbano
12. Nathalie Peña Comas
13. Orquesta Filarmónica del Caribe
14. Orquesta Sinfónica Juan Pablo Duarte
15. Orquesta Sinfónica Nacional
16. Orquesta Sinfónica Nacional Juvenil
17. Quinteto de Cuerdas Roraima
18. SDQ Brass Trio
19. Tropical Brass

## talento humano agrupaciones, bandas y artistas

### ALTERNATIVA FUSIÓN

1. Akáinu
2. Alhado
3. Canelo Candela
4. Carolina Camacho
5. Chris Calderón
6. Claudia Ponjuan y La Onda
7. Concón Quemao
8. Constanza Liz
9. Conuko Band Roots
10. Dahlias
11. DuHo
12. Eddy Nuñez
13. Edgar Molina: Historias Sonoras
14. El Abuelo - Gioel Martín
15. El Gran Poder de Diosa
16. El Hombrecito
17. El Metro
18. Fede López
19. Gaby de los Santos
20. Guillermo del Tuete
21. Incoherente
22. Irka Mateo
23. Jabid & Ararey
24. Jaime Estepan
25. Jakelin y Constanza Liz
26. Janio Lora
27. Jarina de Marco
28. José Duluc y los Guerreros del Fuego
29. Karibik Underwater
30. KCT Band
31. La Alucinante Banda
32. La Gran Mawon
33. La Marimba
34. Luis Santanmoret
35. Luisa Castillo y Ciguapiando
36. Marakandé
37. Marx Haubey
38. Metresa
39. Montrro & La Santa Trinidad
40. MULA
41. Nikola
42. Papi Naranja
43. Patricia Pereyra
44. Pororó
45. Riccie Oriach
46. Rita Indiana
47. Roldán Mármol
48. Tierra Fértil
49. Toné Vicioso & Aumbatá
50. Tribal
51. Vic Contreras
52. Vicente García
53. Xiomara Fortuna
54. Yasser Tejeda
55. Zoom Soon Bao

### ROCK & METAL

1. Antihippie
2. Audio Enigma
3. Auro Sonico
4. Beta Centauri
5. Black Electric Sheep
6. Bocatabu
7. Casabe Añejo
8. Charles Lavaigne
9. Conciencia Demente
10. Cosmic Hell
11. D3sorden
12. DHARMard
13. El Tríó
14. Enrique Dubus
15. Epsilon
16. Eternal
17. Flamables
18. Focalor
19. From The Basement
20. Fundamentar
21. Greenyard
22. Horns
23. Innervoid
24. Kaostrophobia
25. Karil
26. La Armada
27. Last Friday
28. MalaPaz
29. Mañanaladié (Frank Green)
30. Marfedelom
31. Medulah
32. Metalurgia
33. Múcaro
34. Nameless Absolution
35. Nominal
36. Nux
37. Ophion
38. Orbital
39. Pablo Cavallo
40. Poolpo
41. Pranam
42. Progenytus
43. Sidestral
44. Synesthesia
45. The Cat Lady
46. Tony Almont
47. Toque Profundo
48. Trece
49. Trio Los Pezes
50. Vestidos
51. Yocaju
52. Zero

### ELECTRÓNICA

1. Adriel
2. Alepuji
3. Alina Labour
4. Arialdo AP
5. Berowshka
6. Bonnie Sue
7. Boundary
8. Brenda M
9. Caribbean Zoul
10. Chez Tropics
11. Del 94
12. Diego Raposo
13. Dito Dico
14. DJ Artem Space
15. Dj KarlAnton
16. DJ Koumori
17. Dj Taro
18. Eduardo Louder
19. Electro Techno Sónico  
*By Edwin Amorfy*
20. Error Subcutaneo
21. Estación Subtrópico
22. Felipe Alemáis
23. Ginger Impartial
24. Ivanomus
25. Martín Domene
26. Kohanim
27. Luk follin
28. Mando
29. Maria Lunares
30. Martox
31. MedioPicky
32. Normal
33. OBTN
34. Parallel Visions
35. Ramos
36. Selektor Siete
37. Voltphonic
38. YRMTHR

### FOLKLORE/TRADICIÓN

1. Agrupación de Salves de San Antonio de Haina-Nigua
2. Atabales San Miguel
3. Cofradía del Espíritu Santo  
*(Congos de Villa Mella)*
4. Enerolisa y el Grupo de Salve de Mata Los Indios
5. Gagá Batey San Luis
6. Gagá del Batey La Ceja
7. Grupo Ancestral Los Morenos
8. Grupo de congo de Mata Gorda
9. Grupo de Congo José Luis Graciano
10. Grupo de Palos Hijos de Criminelo
11. Grupo de Palos y Maní Los Oficiales
12. Guloyas de San Pedro de Macorís
13. Hijos de la Fe: *Nigua*
14. Jesús Cudengo Minier
15. La Carisalve
16. Los Chuineros de Baní
17. Los Paleros de Mandinga de José Evangelista Salas
18. Los Paleros de Nagua
19. Los Rompe Cuero
20. "Los Tocadores de Sarandunga de La Vereda"
21. Magic Mejía y Marassá
22. Serenateros de Yamasá
23. Yogo Yogo Atabales

### SOUL/R&B/FUNK

1. Loe Love
2. Rando Camasta

### JAZZ

1. Alfredo Balcacer
2. David Murray & Kiskeya Encounter
3. Ejazzson
4. El Clan Collective
5. Eli Mena
6. Elvin Rodriguez
7. Ernesto Núñez Jazz Quartet
8. Fátima Franco
9. Gustavo Rodríguez
10. Hedrich Báez & La Juntiña
11. Isaac Hernández
12. Javielo Vargas & Atre
13. John Reyna
14. Jonatan Piña Duluc
15. Jose Miguel Rivas y Saxoliverd
16. Josean Jacobo & Tumbao
17. Joshy Melo & SonAndo
18. Joshy y Su Cu4atro
19. Lunes de Jazz
20. Michel Camilo
21. Pirou
22. Retrojazz
23. Sistema Temperado  
*Rafelito Mirabal*
24. Unphu Big Band



## talento humano *agrupaciones, bandas y artistas*

### BALADA ROMÁNTICA/ BOLERO

1. Aarón Jaquez
2. Addy Núñez
3. Alih Jey
4. Ariel Nuñez
5. Aris Flamenco
6. Badir Rizek
7. Bretton
8. Chalia
9. Czesare
10. Diomary La Mala
11. Eli Y Emil
12. Eliacim
13. Francis Marizán
14. Ivano
15. Joal
16. Kiara Franco
17. Lentz Louis
18. María del Mar
19. Martha Heredia
20. Moa Cabrera
21. Nathalie Hazim
22. Nicole Espinal
23. Noel Ovalles
24. Nudo Apretao
25. Oriana Padrón
26. Pamel Mancebo
27. Pavel Núñez
28. Rose Mateo
29. Samuel González
30. Saul Bonilla
31. Techy Fatule
32. Tuna Universitaria PUCMM
33. Wason Brazoban
34. Zeo Muñoz

### POP URBANO / POP ROCK/ POP FUSIÓN

1. Adriana Mosquea
2. Adriana Torron
3. Agatha
4. Alex Ferreira
5. Alexandro Segui
6. Bershla
7. Camilo Zapete
8. Carlos Julian
9. Carlos Moore
10. Carolin Rodriguez
11. Chino Sing y Mahoru
12. Covi Quintana
13. Cristian Alexis & Urbanova
14. Cruzmonty
15. Da pa tres
16. Damian Kokko
17. Diana Ramos
18. Diego Jaar
19. Emanuel Bonnet
20. Esmeralda Music
21. Franklin Calderon
22. Ghael
23. Gigi Mota
24. Giorgio Siladi
25. Grupo Chamakos
26. Hector Valmont
27. Henya
28. Hilka Acosta
29. Idelmi Peralta
30. Javi Grullon
31. JJ Sanchez
32. José Luis Freitas
33. Laura Rivera
34. Laura Robles
35. Lee Burgos
36. Lena Dardelet
37. Letón Pe
38. Lo Primo
39. Luis Armando
40. Luitomá
41. Manerra
42. Manny Audico
43. Manu Victoria
44. Marel Alemany
45. Merlis Camilo
46. Michael Michel
47. Miguel Angel Soul
48. Mike Alid
49. Neni Pion
50. notbadjoey
51. Rose Mateo
52. Rosee Abreu
53. Salime Caram
54. Sergio Echenique
55. Sky Lagrange
56. Snenie
57. Solo Fernández
58. STEBN
59. Tangowhiskyman
60. Valentina

### CRISTIANA/CATÓLICA

1. Adoremos
2. Alison
3. Anlly Piantini
4. Any Puello
5. Arisa
6. Cales Louima
7. Carol Terrero
8. Celines
9. Christopher Henry
10. Contracultura
11. Densy Sanchez
12. Egleya Belliard
13. El Philippe
14. Felsy Jones
15. Fuente Q
16. Grupo Barak
17. Grupo Grace
18. Grupo Somos Adoradores
19. Isabelle Valdez
20. Jairo Frias
21. Jairon High
22. Jennifer Lluberes
23. Jessy Lizardo
24. Johan Paulino
25. Katherine Cordero
26. Lilly Goodman
27. Lizzy Parra
28. Loandy Quezada
29. Los Hermanos del Rap
30. Madiel Lara
31. Manny Rosado & Mi Sostenido
32. Marcos Yaroide
33. Matty Martinez
34. Melissa Capellan
35. Melody Astacio
36. Metanoia
37. Nacion Santa
38. Nairobi Duarte
39. Nancy Amancio
40. Nathan El Profeta
41. Oasis Ministry
42. Raymi Marrero
43. Redimi2
44. Rosa Karina
45. Sarah Franco
46. Sarah La Profeta
47. Shabach
48. Sovereign Grace Music & La IBI
49. Suguey Holguín
50. Thelma Constant
51. Yamilka

## talento humano *productores musicales*

### PRODUCTORES MUSICALES

1. Adiel Santana
2. Alex Mansilla
3. Alfio Lora
4. Alvaro Alcequiez
5. Andres Walters
6. Angelo Frilop
7. Antonio Gonzalez *Stereophonics*
8. Ariel Sánchez
9. Blue Larimar Music
10. Bonnet
11. Caribbean Zoul
12. Carlos Valera
13. Cohoba
14. Emanuel Fa
15. Erick Sanchez *(XhezBeats)*
16. Ernesto Núñez
17. Fede López
18. Gabriel Cruz
19. Gian Rojas
20. Gioel Martín
21. Guillermo Casado
22. Guy Frometa
23. Henry Jiménez
24. Isaac Hernández
25. Jairo Frias
26. Joel Berrido
27. Jorge Suriel
28. José Bordas
29. José Luis Freitas
30. Julio Calderón
31. Junior Feliz
32. Junior Guevara
33. Lenny Salcedo
34. Les Bueno
35. Lucdays
36. Luis Payan
37. Manny Ulloa
38. Maria Lunares
39. Masterchris
40. Medio Picky
41. Mediumship Music
42. Miguel Angel Soul
43. Mufaza
44. n o r m a l
45. Noe Cid
46. Parallel1  
*Manuel José Duarte*
47. Pengbian Sang
48. Peter Nova
49. Radha
50. Rafa Payan
51. Ronny Cruz
52. Sosa Mas Nada
53. Tomás Alvarez
54. Vic Contreras
55. Wilbert Taveras



# producción de eventos

*Fueron consideradas aquí las compañías, casas productoras, personas y colectivos que se dedican a gestionar, producir y promover eventos de música en vivo, estén o no formalizados como empresa. Además, las compañías y plataformas de venta de taquillas para eventos de música. Se incorporó la subcategoría de festivales, fiestas y eventos que sean o procuren ser de realización recurrente y periódica.*

# 113

**PRODUCTORES DE EVENTOS  
(CASAS PRODUCTORAS  
Y PROMOTORES)**

# 52

**FESTIVALES  
Y FIESTAS**

# 54

**TIQUETERAS**

# 7



# producción de eventos

## PRODUCTORES DE EVENTOS (CASAS PRODUCTORAS Y PROMOTORES)

1. Alberto Zayas  
*AZ Films Producciones*
2. Alfredo García
3. Altos de Chavon eventos
4. Amable Valenzuela
5. Ana Agelan *Santiago*
6. As Producciones
7. Baruc Berroa
8. Big Show Pro
9. Big Star
10. Cero Terrícola
11. Chips Unlimited  
*Aidita Selman*
12. Con Ciertos Artistas  
*Carla Taveras*
13. CSJR Productions
14. ED LIVE Eduardo Durán
15. Edilenia Tactuck
16. Elka Núñez
17. EP Productions  
*Euvis J*
18. Fa Producciones
19. Frank Ceara
20. Freddy Arturo Ginebra
21. Gabriel Feliz
22. Gallardo Producciones
23. Gamal Hache
24. Guillermo Cordero
25. Jazz en Dominicana  
*Fernando de Mondessert*
26. Juan Basanta
27. La más ke produce
28. LIS Representaciones  
*Liliana Soto*
29. Luis Medrano
30. Melvin De León
31. Melvin García
32. Mishu Music
33. Nicole Coiscou
34. Nonun Producciones
35. Once y Once
36. Pav Events *Pablo Pou*
37. Pijay Productions
38. Puzzle Head
39. René Brea
40. Ricardo Bardellino
41. SD Concerts  
*Saymond Díaz*
42. Shaveurlegz
43. Skene *Fidel López*
44. Sky Pro
45. StarShows  
*By César Suarez*
46. Sunset CO
47. Talentox RD  
*Rosa Amarella*
48. The Chinese Laundry  
*Ronny Ventura*
49. The Good Made
50. Tommy García
51. WE Entertainment
52. WG Concerts

## FESTIVALES, FIESTAS, EVENTOS

1. Areíto Festival Internacional de Folklore
2. Bocado Food Fest  
*Santo Domingo y Santiago*
3. Burguer Fest Santo Domingo
4. Carnavales de República Dominicana
5. Conciertos de la Villa
6. Dominican Republic Jazz Festival  
*Cabarete*
7. El Playacan
8. El Rapa Party
9. ExpoAmaprosan
10. ExpoCibao
11. Feria del Libro  
*Ministerio de Cultura*
12. Festi-Band
13. Festicafé  
*Polo Barahona*
14. Festival Arte Vivo  
*Casa de Arte, Santiago*
15. Festival Clarinetísimo
16. Festival de Atabales Sainaguá
17. Festival del Marisco Ripiao
18. Festival del Perico Ripiao
19. Festival Mozart Caribe
20. Festival Musical de Santo Domingo  
*Fundación Sinfonía*
21. Festival Presidente
22. Fiesta de la Cofradía del Espíritu Santo
23. Fiesta de la Música
24. Fiesta de la Sarandunga  
*La Vereda, Baní*
25. Fiesta de San Antonio  
*Hermanos Guillén*
26. Fiesta Sunset Jazz
27. Fiesta Telemicro
28. Flautístico Nymph Proyect
29. Haina de Jazz
30. Isle Of Light Fest
31. Jazz en el Este
32. Jubileo Artístico Nacional
33. Latin Music Tours
34. Let's Get Indie Fest
35. Lunes de Jazz *Santiago*
36. Marcados para adorar
37. Moca Food Fest
38. Multiplaza Food Fest
39. Noche Larga de los Museos  
*Ministerio de Cultura*
40. Nomad Art Fest
41. Okto beer fest Santo Domingo
42. Oktoberfest Santiago
43. Quelonios Festival
44. Revoltiao Weekend
45. Rincones Festival
46. Sajoma Jazz en La Loma  
*San José de las Matas*
47. Santo Domingo de Fiesta
48. Santo Domingo Jazz Festival de Casa de Teatro
49. Santo Domingo Pop
50. The Paradise (*Electric Paradise*)
51. Verano Chino
52. Verano Presidente
53. Vinyl Fest
54. Zoneo Colonial Food Fest

## TIQUETERAS

1. Eventos DO
2. Studio Tickets
3. Ticket Express
4. Tix Do
5. Tu boleto
6. TuTicket
7. UEPA Tickets

## venues

*Se incluyen en esta categoría todos los espacios que se entienden disponibles para realizar conciertos y eventos de música en vivo, por ser específicamente salas de espectáculos o por ser estadios, centros gastronómicos o espacios culturales con cierto hábito de ofrecer música en vivo. Independientemente del aforo, los géneros de preferencia, la periodicidad de la oferta, así como la disponibilidad de sonido y los modos de negociación con productores y artistas, considerando que tengan presentaciones musicales sean o no remuneradas.*

TEATROS

23

SALAS DE CONCIERTOS

18

ESTADIOS

10

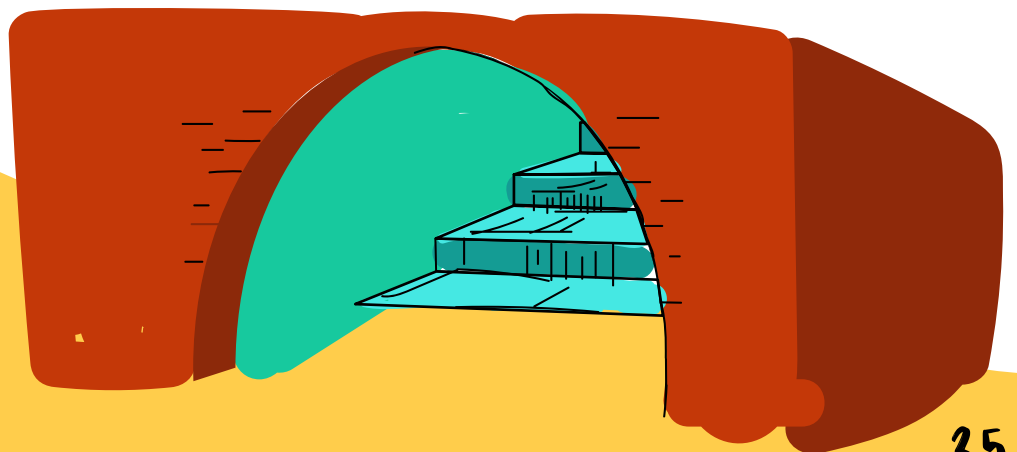
BARES/CAFÉS CULTURALES

55

CENTROS CULTURALES

19

125



# venues

## TEATROS

1. Anfiteatro Altos de Chavón
2. Anfiteatro de Puerto Plata
3. Anfiteatro PUCMM *Santiago*
4. Anfiteatro Nuryn Sanlley
5. Auditorio del Conservatorio Nacional de Música
6. Auditorio Enriquillo Sánchez  
*Ministerio de Cultura*
7. Auditorio Escuela Elemental Eliía Mena  
*Sala Manuel Rueda*
8. Auditorio Juan Bosch  
*Biblioteca Nacional*
9. Auditorio Menor del Instituto Politécnico Loyola,  
*San Cristóbal, República Dominicana*
10. Casa de Teatro  
*Sala Cristóbal de Llerena*
11. Centro de Convenciones y Cultura UTESA
12. Gran Teatro del Cibao  
*Sala de la Restauración, Santiago*
13. La Teatrera
14. Micro Teatro Santo Domingo
15. Palacio de Bellas Artes  
*Sala Experimental La Dramática*
16. Palacio de Bellas Artes  
*Sala Manuel Rueda*
17. Palacio de Bellas Artes  
*Sala Maximo Aviles Blonda*
18. Teatro Alternativo
19. Teatro Guloya
20. Teatro Nacional Eduardo Brito  
*Sala Carlos Piantini*
21. Teatro Nacional Eduardo Brito  
*Sala Aída Bonnelly*
22. Teatro Nacional Eduardo Brito  
*Sala Ravelo*
23. Utopía Teatro  
*Santiago*

## SALAS DE CONCIERTOS

1. Acrópolis Center
2. Attico
3. Auditorio del Pabellón de la Fama
4. Chao Café Teatro *Ágora Mall*
5. Círculo de Música Ciudad Colonial
6. Downtown Center
7. Escenario 360
8. Espacio Roraima
9. Hard Rock Café Live Blue Mall
10. Hard Rock Café Live Punta Cana
11. La Espiral 313
12. Pabellón de Volleyball
13. Resolto RD
14. Sala de conciertos de la Academia Dominicana de Música
15. Sala Experimental Haffe Serrullé de la Escuela Nacional de Arte Dramático
16. Salón La Fiesta del Hotel Renaissance Jaragua Santo Domingo
17. Sambil Salón de Eventos
18. Studio Theater *Acropolis*

## ESTADIOS

1. Coliseo Teo Cruz
2. Estadio Cibao
3. Estadio Francisco A. Micheli *La Romana*
4. Estadio Olímpico Félix Sánchez
5. Estadio Quisqueya Juan Marechal
6. Estadio Tesmístocles Metz *San Cristóbal*
7. Fortaleza Ozama
8. Gran Arena del Cibao
9. Palacio de los Deportes Virgilio Travieso Soto Cargar
10. Tetelo Vargas *San Pedro de Macorís*

## BARES/CAFÉS CULTURALES

1. 40 & 20 Restaurant
2. Api Beach *Cap Cana*
3. Atabeyra *Santiago*
4. Bar de Casa de Teatro
5. Bar Juan Lockward
6. Briciola
7. Cacibajagua Bar
8. Coolmado
9. Cronopios Café *Santiago*
10. Cue Bar *San Francisco de Macorís*
11. Dao Al Pecao *Santiago*
12. Echoes Bar
13. El atelier bar
14. El bar de Alexis
15. El Portal Cultural
16. El Secreto Musical *Villa Consuelo*
17. El Tablón Latino *Santiago*
18. Hielo & Sal *Circus Food Park, Santiago*
19. Imagine Punta Cana
20. Jet Set
21. La Azotea Cigar Lounge  
*Hotel Dominican Fiesta*
22. La Casa 14
23. La Espiral 313
24. La Gloria Rooftop
25. La ñapa Valley *Santiago*
26. La Skinita Bar *La Romana*
27. Las 3 Café Bar *Santiago*
28. Lazotea *Santiago*
29. Le Boulevard 44 *Santiago*
30. LOCAL 3
31. Lucía 203
32. Macuto Cigar Bar *Santiago*
33. Mal de Amores
34. Mamey Café Bar Librería
35. Marisco Caribeño
36. Mecenás Bar
37. Noah de Bari
38. Ollis room *Santiago*
39. Paso Fino *Santiago*
40. Pearl Beach Club *Punta Cana*
41. Piñonate *Puerto Plata*
42. Puerta del Sol *Santiago*
43. Quintana Bar
44. Ramones Bar y Fiesta
45. Rancho Steak House *Santiago*
46. Rockola Afterwork
47. Rumba Lounge Bar
48. Ruta 23 Bar
49. Serie 33 Drink
50. Sky Lounge Luca Hotel
51. Soles Chill & Out *Bávaro*
52. Under Club *Punta Cana*
53. Veo Veo
54. Vibe Room Punta Cana
55. Vinyl Bar

## CENTROS CULTURALES

1. Alianza Francesa *Santiago*
2. Alianza Francesa *Santo Domingo*
3. Casa de Arte *Santiago*
4. Casa Quien
5. Casa San Pablo *Movimiento Cristiano*
6. Centro cultural Banreservas
7. Centro Cultural Brasil
8. Centro Cultural de España
9. Centro Cultural Mauricio Báez
10. Centro Cultural Narciso González
11. Centro Cultural Perelló *Bani*
12. Centro Dominicó-Alemán
13. Centro Español *de Santiago*
14. Centro Leon *Santiago*
15. Centro Mirador
16. La 37 por las Tablas *Santiago*
17. Museo Bellapart
18. Museo Memorial de la Resistencia
19. Sociedad Cultural Alianza Cibaena

# apoyo técnico

*Esta categoría contempla los servicios técnicos necesarios para la producción, grabación y presentación de música: tiendas de instrumentos, salas de ensayo, estudios de grabación, compañías suplidoras para la música en vivo sean estas de sonido, tarimas, iluminación, efectos especiales y pantallas. Incluye una subcategoría de talento humano profesionales de servicios técnicos: ingeniería de sonido en estudio, personal profesionalizado en sonido en vivo y luminotécnicos especializados en música.*

# 214

TIENDAS DE INSTRUMENTOS Y EQUIPOS

17

ESTUDIOS DE GRABACIÓN

31

SALAS DE ENSAYO

14

SONIDO EN VIVO (EMPRESAS/SUPLIDORES)

35

LUCES, TARIMAS, PANTALLAS (EMPRESAS/SUPLIDORES)

42

TALENTO HUMANO TÉCNICO

LUMINOTÉCNICOS

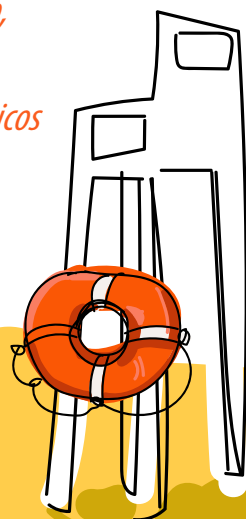
8

INGENIEROS DE ESTUDIO

19

TÉCNICOS & PERSONAL DE SOPORTE DE SONIDO EN VIVO

48



## apoyo técnico

### TIENDAS DE INSTRUMENTOS Y EQUIPOS

1. Al Doblar
2. Balái Caribe *percusiones artesanales*
3. Danilo Music
4. De la Rosa Instrumentos *Santiago*
5. Electrónica Santiago
6. Elim Backline
7. Galeria Musical Instrumentos
8. Instrumentos Fernando Giraldez
9. Joan Music
10. King Music
11. Lander Music *Santiago*
12. Larrama Backline
13. Martinez Audio
14. Musitempo
15. Perfect Setup Taller Luthier
16. Sonido Nuevo Instrumentos
17. TM Music

### ESTUDIOS DE GRABACIÓN

1. 24B Labs
2. 32 Studio RD
3. 808 Estudio
4. Alfio Lora
5. Allan Leschorn *(GTR Estudios)*
6. Audio Enfi
7. Caribbean Dream Studio
8. Estudio de Bonni
9. Estudio Fundación Cofradía
10. Estudios Revolución Sonora *Freitas*
11. FAMA
12. Frilop Music Studio
13. Guy Frometa
14. Los Creadores del Sonido
15. Luis Mansilla Estudio
16. M33 Estudio de Audio
17. Marco Felix Studio
18. Mediumship Music
19. Midilab Studios
20. Piglab Music Studio
21. Pink Tree Studios
22. Polo Parra Estudio
23. Riff Music Studio
24. Sino Música
25. Slaud Records
26. Songfactory
27. Stereophonic Studio
28. Sterling Audio

29. Triada  
*Escuela y Estudio*

30. Vibrar Studio

31. Vulcano Music

### SALAS DE ENSAYO

1. 24B Labs
2. 32 Studio RD
3. 808 Estudio
4. Afitec Studio
5. Al Doblar Studio
6. Audio Enfi
7. Caribbean Dream Studio
8. Corchea
9. Electrónica Santiago  
*RP Studio*
10. GDC Estudios
11. Leo Subervi Musika
12. M33 Estudio de Audio
13. Ripoll Live
14. Sonolab

### SONIDO EN VIVO (EMPRESAS/SUPLIDORES)

1. 24B Lab
2. AC Audio Tech Solutions
3. Alain Sound *Alain Cabral*
4. Audio Soluciones SL
5. AVRentals Group *Sonido y Luces*
6. Backline
7. Backstage
8. Batuta by Pablo Polanco
9. DACA Eventos
10. EnLab
11. Eventix
12. Extreme Pro Audio
13. Frangez Eventos
14. GDC Estudios - *Bakline y audio*
15. Heriberto Guzmán *Santiago*
16. IVM Multieventos
17. Jeremy Sound
18. JLGC AUDIO
19. Jorge Suriel
20. José Báez
21. Levento RD
22. LuxArt RD *Grupo Ar*
23. MG Eventos
24. Nonun Producciones
25. Otoniel Ureña
26. Perfect Sound
27. Real Pro Audio y Eventos
28. RG Audiovisuales

29. RM Audio

30. Soluciones Vibratto

31. SVL *(Sound Video Light)*

32. Vial X Sound

33. Xpertos

34. Yaj Sonido *(La Romana)*

### LUCES DE ESCENARIO Y PANTALLAS (EMPRESAS/SUPLIDORES)

1. Alkilo Entertainment  
*Eolutions*
2. AMR Lighting Design
3. Audio SyS
4. Backstage *Felix Cabral*
5. Batuta by Pablo Polanco
6. BM Eventos
7. Coolekos *Punta Cana*
8. Decibel Pro Events
9. DJ Plex *Luces y Montajes*
10. Dos en la Via
11. Easy Events solutions  
*Efectos*
12. Efyciencia
13. EGS Events Luces
14. EnLab
15. Event Pro Jinaite
16. Eventix
17. Exilio Audiovisuales
18. Firelab Efectos
19. Folow ME Productions
20. GB Sounds
21. Ilusound
22. Imaglio Producciones
23. Inventivas
24. Juan Mendez SRL
25. Leonel del Valle
26. LeventoRD
27. Luminos RD

28. LuxArt RD *Grupo Ar*

29. MG Eventos

30. Moz Audiovisuales

31. Otoniel Ureña

32. Papanox

33. PARS Events

34. Party Rental Efectos

35. PHANTOM FX  
*Efectos Especiales*

36. Pro Lights RD

37. Radio Jam Events

38. SMM Eventos

39. Tecno Sonido AV

40. Touch Me  
*Efectos*

41. Vial X Sound

42. YAS Group

# talento humano apoyo técnico

## INGENIEROS DE ESTUDIO

1. Allan Leschorn
2. Amable Frometa Hijo *Fro*
3. Arturo Piña
4. Bolívar Gómez
5. Carlos Porrelo
6. Franklin Espinal
7. Ismael Ovalle
8. Jorge Suriel
9. José Amable Frometa
10. Junior Feliz
11. JV Olivier
12. Les Bueno
13. Manolo Sorribas
14. Marcos Vargas *Tato*
15. Martin Walters
16. Mike Rodríguez
17. Pengbian Sang
18. Peter Nova
19. Tiziano Fajardo

## TÉCNICOS & PERSONAL DE SOPORTE DE SONIDO EN VIVO

1. Abraham Marte
2. Alain Cabral
3. Alegría
4. Alvaro Alcéquiez
5. Amable Frometa
6. Amable Frometa Hijo *Fro*
7. Armando Molina
8. Arturo Piña
9. Baraca Aquino
10. Bolivar Gómez
11. Carlos Porrelo
12. David Chueke Arbaje
13. Elton James
14. Emmanuel Fa *En Lab*
15. Esaú Ciprián
16. Fabio Pichardo
17. Fabricio Hamilton
18. Fabrizio
19. Franklin Gedeón
20. Gabriel Cruz
21. Gramnsel Dominguez
22. Gustavo Montilla
23. Hector David stage
24. Jabes Mejía
25. Jaime Oliver
26. Joel Reyes
27. Jonathan Baez  
*Stage Tech & Luthier*
28. Jonathan del Villar
29. Jonathan Masamba
30. Jorge Luis García
31. Jorge Suriel
32. José Báez
33. Juan Manuel Pardilla
34. Junior Navarro
35. Justin Pichardo
36. Luis Minaya
37. Marino Gutierrez
38. Marino Sound Céspedes
39. Martin Walters
40. Mike Rodriguez
41. Newton Cortes
42. Otoniel Ureña
43. Pedro Abreu *Pmosh*
44. René López
45. Richard Martinez
46. Rosendo Reynoso
47. Tintin Ruiz
48. William Astwood

## LUMINOTÉCNICOS

1. Bienvenido Miranda
2. Carlos Sousa Inventivas
3. El Chamo *En Lab*
4. Enmanuel Ferry *Efyciencia*
5. Félix Cabral *Backstage*
6. Hjalmar Gómez
7. Leonel Del Valle
8. Salvador Báez

APOYO TÉCNICO

214



## sellos y agencias

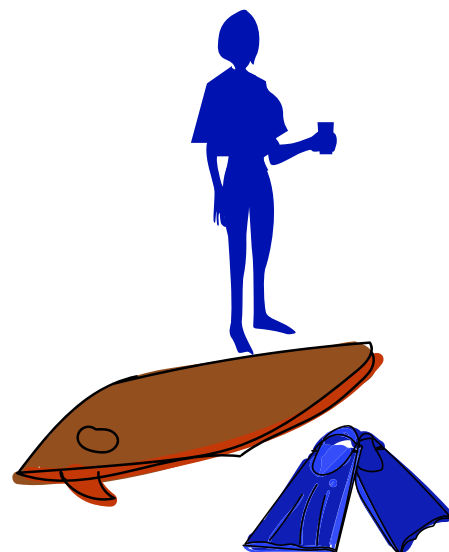
*Los sellos disqueros y las agencias de desarrollo, booking y management se integraron a fines de este mapeo en una única categoría por tener funciones conectadas a los fines de la circulación, mercadeo y expansión del talento artístico y sus producciones.*

*Sellos disqueros son actores, constituidos generalmente en compañías, que invierten de diversas maneras en la producción fonográfica de los talentos y comercializan estas producciones a través de la venta y distribución de discos y canciones por distintas vías, incidiendo y participando según cada acuerdo particular en otras áreas de explotación como el uso de imagen, las presentaciones en vivo, entre otras, según el alcance del acuerdo, la inversión y la expectativa de retorno. Se contempla la subcategoría*

*de agencia de desarrollo, management y booking, puesto que se detectó la integración de estas tareas en la mayoría de los actores mapeados. Son entidades que se dedican al asesoramiento, desarrollo, gestión de recursos, gestión administrativa, contrataciones, desarrollo de estrategias integrales para una carrera artística. Trabajan generalmente con un catálogo de artistas y ofrecen servicios y acuerdos en distintas escalas y alcances.*

*Solo fueron integrados en el directorio los actores locales con origen o representación en oficinas nacionales, sin embargo es necesario destacar que hay incidencia de sellos disqueros y agencias de management, desarrollo y booking trabajando con artistas dominicanos sin presencia directa en el territorio.*

# 36





# sellos y agencias

## SELLOS DISQUEROS

1. Alma Music Group
2. Alofoke Music
3. Aparataje Music Group
4. Audio Enfi
5. Caribbean Ghetto Life
6. Famaceutica
7. Fe y Obra Music
8. Fundación Retajila
9. Hazlo Records
10. Just More Records
11. La Oreja Media
12. Malagana Records
13. Mitel Dico
14. Ocamá
15. Pardo
16. Songfactory
17. Sony RD
18. Stereoptico
19. Vulcano Music
20. We The Funny People

## AGENCIAS BOOKING DESARROLLO | MANAGEMENT

1. Aparataje Music Group
2. Boombox
3. Caribbean Ghetto Life
4. Caribe Alternativo
5. Dma Group Media
6. Dybron Consulting
7. Focus Entertainment
8. Gallardo Producciones
9. KN Music
10. Mayimba Music
11. Miracle Box Ag
12. Otra Vaina
13. Raphy D'Oleo
14. Reversed Tornado
15. Revolución Sonora
16. Sterling  
*Representación y Producciones*

SELLOS  
Y AGENCIAS

36

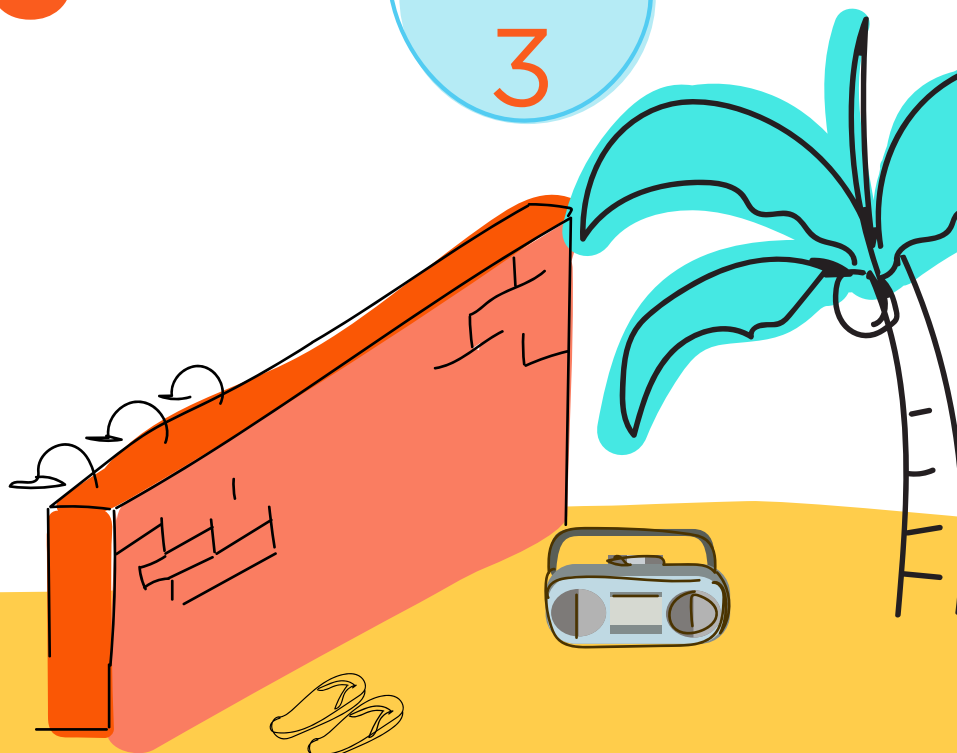
# distribución y licencias

*La distribución y licenciamiento de las producciones fonográficas o música grabada fue contemplado en dos facetas. Por un lado la Intra o específicamente musical para llegar a consumidores finales, en donde cabe la fabricación, distribución y venta de discos físicos, y la distribución digital de música hacia las plataformas digitales. Por otro lado la inter, mediante la cual se distribuye y licencia la música para su utilización o integración en otros productos culturales de las industrias creativas, agregando valor a los mismos: producciones audiovisuales cinematográficas, publicidades, televisión y videojuegos.*

*Fueron mapeados aquellos actores con origen local o presencia con oficinas nacionales, sin embargo, la escasez*

*de actores en este componente es obligatoriamente compensada con la incidencia de actores internacionales sin presencia en el territorio. Esta aclaración se refiere principalmente, pero no exclusivamente, a las distribuidoras y agregadoras de música en plataformas digitales con oficinas fuera del país pero con acuerdos con talentos locales.*

# 16



# distribución y licencias

## intra

### FABRICANTES DE DISCOS

1. Omar CD System
2. Rogelio Estrella
3. Magic Prints  
*José Alberto Santos (Flaco CD)*

### DISTRIBUIDORAS PARA PLATAFORMAS DIGITALES (NINGUNA REPRESENTACIÓN LOCAL)

1. La Oreja Media Group SRL
2. Zorra Sonora (RD)
3. Goods Beats

### TIENDAS

1. El Vinyl Bar  
*(discos físicos y vinilos)*
2. M33 Estudio de Audio
3. Mamey Librería  
*Venta de discos y libros*

### EDITORIALES / LICENCIAMIENTO

1. The Editorial Market  
*Larissa Martinez y Majo Martinez*
2. EPM Entertainment
3. Focus Entertainment
4. Reversed Tornado

## inter

### AUDIOVISUAL, PUBLICIDAD, TELEVISIÓN, VIDEOJUEGOS

1. Miracle Box Ag
2. Zorra Sonora
3. Adelobo

# servicios profesionales

*Están contemplados en esta categoría un abanico de profesiones y servicios que aportan y agregan valor en la estructura productiva de la música en diferentes momentos del desarrollo de un artista o creación. En su mayoría no son profesiones o servicios exclusivos del ecosistema de la música, por lo tanto se incluyeron en este mapeo aquellos actores que fueron identificados específicamente porque aportan y trabajan de manera recurrente desde su especialidad con productos, servicios y talentos de la música: fotografía, servicios legales, administración, relaciones públicas, diseño gráfico, animación, realización audiovisual, managers y actores dedicados al publishing, licenciamiento y sector editorial de la música.*

# 155

LEGAL  
Y PROPIEDAD INTELECTUAL

9

RELACIONES PÚBLICAS/  
SOCIAL MEDIA

21

DISEÑO GRÁFICO

26

AUDIOVISUALES  
Y ANIMACIONES PARA SHOWS

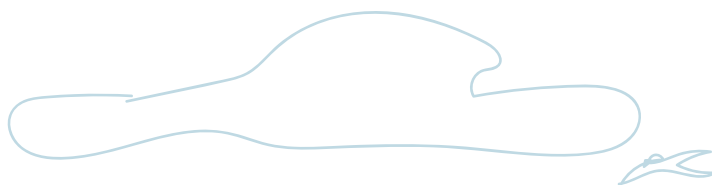
16

MANAGERS

38

FOTOGRAFÍA  
Y AUDIOVISUALES

45



# servicios profesionales

## LEGAL Y PROPIEDAD INTELECTUAL

1. Boni Guerrero Canto
2. Café Jurídico *Ismael Tavárez*
3. Edwin Espinal Hernandez
4. Francisco Caamaño *Zorra Sonora*
5. Kelmer Messina
6. Lucía Castillo Arbaje
7. Marcalex Estudio Legal  
*Jennifer Troncoso*
8. Mayra Tejeda
9. Tatiana Germán *OFAR*

## RELACIONES PÚBLICAS SOCIAL MEDIA

1. CLAP by Patz Guerrero
2. Fifi Landestoy
3. Focus Entertainment
4. Grisbel Medina
5. Hector Romero
6. Henry Coradin
7. Jose Ceballos
8. lamaskproduce
9. Lendoff
10. Lidia Jiminian
11. Maria José Rodríguez
12. Mariu Ruiz
13. Milian Reyes Solano
14. Muriel Soriano
15. Samir Saba
16. Sarah Ninon
17. Severo Rivera
18. Viryi Baldera
19. Wanda Sanchez
20. Yari Blanco
21. Zoila Puello

## DISEÑO GRÁFICO

1. Ambiorix Martínez  
*Black Design Studios*
2. Chaer
3. CHNG Marketing Digital y Diseño  
*Rando Camasta*
4. David Nuñez
5. Eddy Nuñez
6. Elionell Pozo
7. Emamnel Bretón
8. Emilia Disla
9. Estudio Manzano
10. Fernando Batista
11. Gaby De Los Santos
12. Haffet Saba
13. Joseph Kraytem  
*NotBadJoey*
14. Laudys Martinez
15. Maary Cordero
16. Marian Santana
17. Medio Manzano
18. Medio Peso
19. Moisés Duval
20. Molly Yllom
21. Nikol Ramirez
22. Ryan Cucuso
23. Stephanie Geraldino
24. Tomaedualdo
25. Yisazcraist  
Jesús Rodríguez
26. Zunami Branding

## MANAGERS

- |  |  |
|--|--|
| 1. Amarilys Germán                             | 27. María Victoria Guerrero                        |
| 2. Amaury Diaz                                 | 28. Martha Herrera                                 |
| 3. Andrea Bavestrello                          | 29. Melvin de León                                 |
| 4. Angel Joa                                   | 30. Melvin J. Peralta                              |
| 5. Carlos Bautista                             | 31. Mon Lluberes                                   |
| 6. Carlos Valenzuela                           | 32. Nicole Coiscou                                 |
| 7. Cecilia Moltoni                             | 33. Pedro Nuñez del Risco                          |
| 8. Cheito Martínez                             | 34. Porfirio Piña                                  |
| 9. Denisse Rodriguez                           | 35. Ralvi Almánzar                                 |
| 10. Engel Landolfi                             | 36. Rene Solís                                     |
| 11. Eury Matos                                 | 37. Robert Green                                   |
| 12. Evelio Herrera                             | 38. Santiago Matias García<br><i>Alofoke Music</i> |
| 13. Fifi Landestoy                             |  |
| 14. Francesca Izquierdo                        |  |
| 15. Gabrielle Mella                            |  |
| 16. Gaby Herrera                               |  |
| 17. Guillermo Casado                           |  |
| 18. Japi                                       |  |
| 19. Jennifer Perez<br><i>La Mas Ke Produce</i> |  |
| 20. Joan Espino <i>Santiago</i>                |  |
| 21. Juan Gabriel Morales                       |  |
| 22. Larissa Martínez                           |  |
| 23. Laura García                               |  |
| 24. Lidia Jiminian Siri                        |  |
| 25. María José Guzmán<br><i>The Boombox</i>    |  |
| 26. Maria Jose Rodriguez                       |  |

## FOTOGRAFÍA Y AUDIOVISUALES

1. Ambiorix Martinez
2. Anakaleki
3. Andrés Miolán
4. Anomalia Productions
5. Armando Rojas
6. Basanta Films
7. Camilo Santana
8. Carla Faxas
9. Carlos Inoa
10. Colectivo Dispar
11. Coradin Productions
12. Edgar Nuñez
13. Elisa Herrera  
*Ok Coquito*
14. Emilio Paredes
15. Emmanuel Bretón
16. Fernando Batista
17. Filmina Cinema
18. Fotoclub F5
19. Gabs Lantigua
20. Grupo Grufos
21. Guillermo Casado
22. Haru
23. Hilda Pellerano
24. Isabella Bretón
25. Jeam Karlo Santana
26. Jean Guerra Films
27. Jochy Fersobe
28. Joseph Kraytem  
*Not Bad Joey*
29. Josué Sánchez
30. Lía Miranda
31. Locomotora Media  
*Pedro Bros*
32. Luis Gomez
33. Luis Nova
34. Mariano Hernández
35. Mentas Fritas
36. Moji
37. Monte y Culebra  
*Pablo Lozano*
38. Pedro Catrain
39. Pine Box  
*Karoline Becker*
40. Pintox
41. Piragua Films
42. Raymi Guzmán
43. Ruli Concepción
44. Unicornio Films
45. Vinyl Republic

## AUDIOVISUALES Y ANIMACIONES PARA SHOWS

1. Animatox
2. Anomalia Productions
3. Bernardo Pichardo
4. Dan Rojaz
5. En Lab  
*Juan Mendez*
6. Fabiola Rosso
7. Gaby de Los Santos
8. Moto Studio
9. Mr. Lulo
10. Multimedia para Iglesias RD
11. Pablo Lozano
12. Raul Camilo
13. Tomaedualdo
14. Un Toro Studio  
*Waldo Lara*
15. Visium Audiovisual
16. VJ Fiji

**SERVICIOS  
PROFESIONALES**

**155**



## aliados estratégicos y financiamiento

*En esta categoría se contemplan entidades y sectores que se constituyen en aliados estratégicos para el desarrollo del ecosistema de la música, ofreciendo recursos sea a través de financiamiento, creación de condiciones de desarrollo, políticas públicas, impulsos a la creación y la circulación de música y otras funciones.*

*Por un lado se identificaron otras industrias culturales y creativas como sectores aliados para el desarrollo.*

*Luego se contemplaron los espacios de agremiación, asociación profesional, que velan por derechos colectivos e individuales y condiciones de desarrollo para la música*

*Por otro lado se contempla el sector privado a través de marcas, agencias de publicidad y agencias de exportación, siempre observando que sean actores que de manera recurrente inciden y aportan en el ecosistema de la música. Una cuarta identificación se hizo hacia*

*el llamado tercer sector, fundaciones u organizaciones no gubernamentales, sin fines de lucro, sean nacionales o internacionales con presencia en el territorio.*

*La cooperación internacional a través de embajadas, agencias de cooperación internacional y organismos multilaterales con enfoque en la cultura y la música.*

*Por último, el gran aliado, financiador y regulador clave que es el Estado, en sus diferentes estamentos:*

*nacional del gobierno central o local en los municipios, identificando ministerios, direcciones y dependencias con incidencia en el ecosistema de la música y su funcionamiento.*

*El entramado complejo que contiene los distintos estamentos de las instituciones públicas abren el llamado a realizar una identificación más exhaustiva y precisa de esta subcategoría, aquí se incluyen solo los que desde el sector se reconocieron.*



# 142

# aliados estratégicos y financiamiento

**OTRAS INDUSTRIAS  
CREATIVAS  
Y CULTURALES**

3

**SOCIEDADES DE GESTIÓN  
DE DERECHOS AUTORALES  
Y DE INTERPRETACIÓN;  
GREMIOS (ASOCIACIONES,  
UNIONES, COOPERATIVAS, ETC.)**

14

**ORGANISMOS  
DE COOPERACIÓN  
INTERNACIONAL**

9

**EMPRESA PRIVADA**

**MARCAS ALIADAS**

37

**AGENCIAS PUBLICITARIAS**

43

**CONSULTORAS Y AGENCIAS  
DE EXPORTACIÓN**

2

**FUNDACIONES**

**NACIONALES**

8

**INTERNACIONALES**

1

**GOBIERNO**

**NACIONAL (CENTRAL)**

20

**LOCAL (MUNICIPALES)**

5



# aliados estratégicos y financiamiento

## OTRAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES

1. Ecosistema de las Danzas
2. Ecosistema del Teatro Dominicano
3. Industria del Cine Dominicano

## SOCIEDADES DE GESTIÓN DE DERECHOS AUTORALES Y DE INTERPRETACIÓN; GREMIOS (ASOCIACIONES, UNIONES, COOPERATIVAS, ETC.)

1. ASCAP
2. Asociación de Bodas y Eventos de República Dominicana
3. Asociación de Cronistas de Arte *ACROARTE*
4. Asociación de Empresas Audiovisuales y Eventos *ADESAE RD*
5. Asociación Dominicana de Propiedad Intelectual
6. Asociación Interamericana de Derechos de Propiedad Intelectual *ASIFI*
7. BMI
8. Club Nacional de Soneros *Santiago*
9. Comunidad de Apoyo a Artistas Independientes *CAAIND Santiago*
10. Federación Dominicana de Arte y Cultura *FEDOARCU*
11. Organización Nacional de Músicos, Cantantes, Bailarines y Artistas Afines de Rep. Dom. *AMUCABA*
12. Sociedad Dominicana de Autores Intérpretes y Ejecutantes *SODAIÉ*
13. Sociedad Dominicana de Productores Fonográficos *SODINPRO*
14. Sociedad General de Autores Compositores y Editores Dominicanos de Música *SGACEDOM*

# empresa privada

## MARCAS ALIADAS

- |                                   |                       |
|-----------------------------------|-----------------------|
| 1. Altice                         | 29. Pepsi             |
| 2. Bacardi RD                     | 30. Phillip Morris    |
| 3. Banco Bhd León                 | 31. Pinturas Tropical |
| 4. Banco Popular Dominicano       | 32. Quala             |
| 5. Bohemia                        | 33. Red Bull          |
| 6. Brugal                         | 34. Ron Barceló       |
| 7. Cafe Santo Domingo             | 35. Santal            |
| 8. Carib Wind Cabarete            | 36. Wind Telecom      |
| 9. Caribbean Cinemas              | 37. Yoka              |
| 10. Centro Cuesta Nacional CCN    |                       |
| 11. Cerveza Presidente            |                       |
| 12. Cerveza The One               |                       |
| 13. Chivas <i>Pernod Ricard</i>   |                       |
| 14. Claro RD                      |                       |
| 15. Coca Cola <i>Bepensa Dom.</i> |                       |
| 16. Colgate                       |                       |
| 17. Corripio                      |                       |
| 18. Downtown Center               |                       |
| 19. Guarana Antártica RD          |                       |
| 20. Heineken                      |                       |
| 21. Induveca                      |                       |
| 22. Jack Daniels                  |                       |
| 23. Jameson <i>Pernod Ricard</i>  |                       |
| 24. Kelloggs                      |                       |
| 25. Malta Morena                  |                       |
| 26. MasterCard                    |                       |
| 27. Nesquik                       |                       |
| 28. Nosotras                      |                       |

## AGENCIAS PUBLICITARIAS

- |                                  |  |
|----------------------------------|--|
| 1. Activa Group                  | 29. Newlink                            |
| 2. Agencia Digital RED           | 30. Ogilvy                             |
| 3. Aor Dominicana                | 31. Pagés BBDO                         |
| 4. Be Marketing & Comunicaciones | 32. PHD Dominicana                     |
| 5. BL Marketing Group            | 33. Post Digital Agency                |
| 6. Brandsmart                    | 34. Productiva                         |
| 7. Caazar                        | 35. Proyes RD <i>Estrategias</i>       |
| 8. Capital DBG y Sierra DBG      | 36. Publicis <i>Grupo Peña Defilló</i> |
| 9. Carat                         | 37. Republica                          |
| 10. CheckList Promociones        | 38. Staff ICOM                         |
| 11. Contacto RD                  | 39. Target Pro                         |
| 12. Dale                         | 40. TBWA Dominicana                    |
| 13. Desde el medio               | 41. TeamWork Creativo                  |
| 14. Elmo                         | 42. Tres Media                         |
| 15. Focus Marketing Group        | 43. United Brands                      |
| 16. Forero CTC                   |  |
| 17. Grupo Novel                  |  |
| 18. Ingenio Capital              |  |
| 19. Innova Marketing Group       |  |
| 20. Kráneo SCPF                  |  |
| 21. Link Partners                |  |
| 22. Liquid RD                    |  |
| 23. Llano                        |  |
| 24. Magnets                      |  |
| 25. McCann                       |  |
| 26. Milk Publicidad              |  |
| 27. MOM                          |  |
| 28. MullenLowe Interamerica      |  |

## CONSULTORAS Y AGENCIAS DE EXPORTACIÓN

1. Caribbean Export
2. Nex Consulting

# fundaciones

## LOCALES/NACIONALES

1. Cofradía Fundación Cultural
2. A 100%
3. Fedujazz
4. Fundación AES Dominicana
5. Fundación Eduardo León Jiménez *Centro León*
6. Fundación Retajila
7. Fundación Sinfonía
8. Fundación Sol Naciente

## INTERNACIONALES

1. Fundación Latin Grammy

## ORGANISMOS DE COOPERACION INTERNACIONAL

1. Alianza Francesa de Santo Domingo *Coordinación Cultural*
2. Banco Interamericano de Desarrollo BID
3. Centro Cultural de España en Santo Domingo *Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)*
4. Naciones Unidas *Arte 2030*
5. Organización de Estados Iberoamericanos *OEI*
6. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual *OMPI*
7. Sistema de la Integración Educativa y Cultural Regional de Centroamérica *SECC-SICA*
8. U.S. Agency for International Development *USAID*
9. UNESCO Oficina Regional para América Latina y Caribe

# gobierno

## NACIONAL (GOBIERNO CENTRAL)

1. Archivo General de la Nación
2. Ban Reservas
3. Banco Central de la República Dominicana *Departamento Cultural*
4. Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana
5. Delegación de República Dominicana ante UNESCO
6. DGCINE
7. Dirección General de Cooperación Multilateral *DIGECOM*
8. Dirección General de Programas Especiales de la Presidencia *DIGEPEP*
9. Ministerio de Cultura
10. Ministerio de Deportes
11. Ministerio de Educación
12. Ministerio de Industria Comercio y Mipymes *Viceministerio de Comercio Exterior*
13. Ministerio de Industria Comercio y Mipymes *Viceministerio de Fomento a las Mipymes*
14. Ministerio de la Juventud
15. Ministerio de Relaciones Exteriores
16. Ministerio de Turismo
17. Oficina Nacional de Derechos de Autor
18. Oficina Nacional de Propiedad Intelectual *ONAPI*
19. Red de Ciudades Creativas RD
20. Viceministerio de Cooperación Internacional (*VIMICI*) del Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (*MEPyD*)

## LOCAL (MUNICIPAL)

1. Alcaldía de Santo Domingo Este
2. Alcaldía de Santo Domingo Norte
3. Alcaldía del Distrito Nacional
4. Departamento de Cultura de San Pedro De Macorís
5. Liga Municipal Dominicana



# difusión y formación de públicos

*Esta categoría contempla los medios de comunicación y difusión tradicionales como la prensa escrita, radio y televisión sean emisoras canales o programas específicos identificados de incidencia para el ecosistema, medios digitales de interés general con apartados específicos de música, medios especializados en música disponibles en distintas plataformas, los podcasts sobre música. Contempla además una subcategoría de periodistas culturales y críticos con trabajo recurrente en temas vinculados al ecosistema y una categoría de influencers específicamente personas-figuras con comunidades de seguidores en redes sociales que con cierta frecuencia actúan de difusores y expansores de la música dominicana, aportando como los demás medios en la formación de públicos.*

Prensa Escrita

15

Medios Digitales  
Generales

30

Radio

115

TV

59

Medios Especializados

10

Podcasts

(SPOTIFY, IVOOX, YOUTUBE)

13

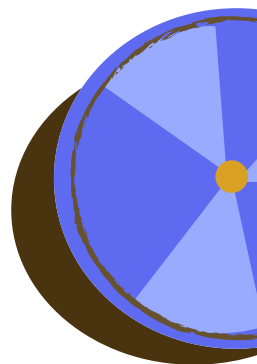
Periodistas / Críticos

53

Influencers

23

318



# difusión y formación de públicos

## PRENSA ESCRITA

1. Acento
2. Bacana Magazine
3. Periódico Diario Libre
4. Periódico El Día
5. Periódico El Nacional
6. Periódico El Nuevo Diario
7. Periódico Hoy
8. Periódico La Información *Santiago*
9. Periódico Listin Diario
10. Periódico El Caribe
11. Revista Bitz
12. Revista Estilos
13. Revista Flow Mag.
14. Revista OH Magazine
15. Revista Pandora

## RADIO

1. Programa Dando en la Diana *Neón 89*
2. Programa Música Maestro *Radio Quisqueya*
3. Programa Pavel Es Radio *Dominicana 98.9*
4. Programa Radio Bizarro
5. Programa 12 y 2
6. Programa Alofoke RadioShow
7. Programa Bonavox Radio *Super 107.7FM*
8. Programa Camino al sol
9. Programa El Destapón *Super 7107.7 FM*
10. Programa El gusto de las 12
11. Programa El mañanero
12. Programa El mismo golpe *Zol 106.5FM*
13. Programa El ritmo de la mañana
14. Programa En Jaque Radio *Exa FM*
15. Programa La Alarma de la mañana
16. Programa Mujeres al borde
17. Programa Música a las 12
18. Programa Ni locas ni cuerdas
19. Programa Onda Musical
20. Programa Oye Radio
21. Programa Parate Ya
22. Programa Reset Radio *Exa FM*
23. Programa WT40
24. Caliente 104.1 FM
25. Canal 105.1 FM
26. Clave 95.9 fm
27. Comando 88.5 FM
28. Compostela 104.3 FM
29. Criolla 106.1 FM
30. Disco 106.1 FM
31. Disco 88.9 FM
32. Dominicana 98.9 FM
33. Eclipse 96.9 FM
34. El Bloke 106.7 FM
35. Escandalo 102.5 FM
36. Estrella 90.5 FM
37. Exa 96.9 FM
38. Fama 89.5 FM
39. Fidelity 94.1 FM
40. Fuego 90.1 FM
41. Genesis 97.5 FM
42. Hits 92.1 FM
43. Independencia 93.3 FM
44. Ke Buena 105.5 FM
45. Kiss 94.9 FM
46. Kool 106.9 FM
47. KQ 94.5 FM
48. KV 94.7 FM
49. La 100.1 FM
50. La 91 FM 91.3
51. La Bakana 105.7 FM
52. La Bakana 105.9 FM
53. La H 102.3 FM
54. La Kalle 96.3 FM
55. La N 103.5 FM
56. La Nueva 106.9 FM
57. La R FM 104.3
58. La Rika FM
59. La Rocka 91.7 FM
60. La X 102.1 FM
61. La Z 101 FM
62. La Mega 102.5 fm
63. Latidos 93.7 FM
64. Latina 88.7 FM
65. Lider 92.7 FM
66. Live Radio RD
67. Los 40 103.3 FM
68. Magia 90.3 FM
69. Mambo 94.3 FM
70. Manantial 89.5
71. Maravillosa 89.7 fm
72. Matrix 104.7 FM
73. MIXX 104.5
74. Monumental 100.3 FM
75. Mortal 104.9 FM
76. Mortal 99.1 FM
77. Natura 92.3 FM
78. Neon 89.3 FM
79. Perla 106.3 FM
80. Poder 98.7FM
81. Power 103.7 FM
82. Premium 101.1 FM
83. Primera 88.1 FM
84. Primor 90.1 FM
85. Pura 97.1 FM
86. Pura Vida FM
87. Quisqueya FM 96.1
88. Radio Amistad 101.9 FM
89. Radio Cima 100.5 FM
90. Radio Disney 97.3 FM
91. Radio Francia Internacional 90.9
92. Radio Popular AM 950
93. Radio Renuevo 89.7FM
94. Radio Ven *Voz Evangélica Nacional*
95. Radio\_Guia 97.9 FM
96. Raices
97. Rika FM 103.3
98. Ritmo 96.5 FM
99. Rumba 98.5 FM
100. Sonido 104.3 FM
101. Sonido Suave 99.3 FM
102. Super 103.1 FM
103. Super 7 107 FM
104. Super K 100.7 FM
105. Super Q 100.9 FM
106. Super\_Regional 103.9
107. Top Latina 101.7 fm
108. Tropicalisima 104.1 FM
109. Tropicana 106.3 FM
110. Turbo 98.3 FM
111. Ultra 106.7 FM
112. Unik Radio Online
113. Xtrema 92.5 FM
114. Yadipa 89.1 FM
115. Zol 106.5 FM

## MEDIOS DIGITALES GENERALES

1. Acento
2. Al momento
3. Al paso de los famosos
4. Bailoteando
5. D'Parranda
6. Diario Social
7. El Dominicano
8. El Periódico
9. El Pregonero
10. El Sol de las Américas
11. En La Movida RD
12. En Segundos
13. Espacio Urbano Magazine
14. Extra Digital
15. Fox Magazine
16. Gente RD
17. José Rafael Sosa *web*
18. Ke Artes
19. La Tora TV
20. Marivell Contreras *web*
21. Merengala
22. NewsLifeRD
23. Nota Clave Alfonso Quiñones
24. Pa La Calle
25. RD Local
26. Remolacha
27. Revestida Magazine
28. Rovertto Cavada *web*
29. Samir Saba *web*
30. Severo Rivera *web*

## TV

1. Programa AN7 *AntenaLatina*
2. Programa Aquí se habla español *AntenaLatina*
3. Programa Arte y Espectaculo *Ame47*
4. Programa Arte y medio *Telesistema*
5. Programa Chevere Nights *Telesistema*
6. Programa Cita Cultural *Certv*
7. Programa Con Jatnna *ColorVision*
8. Programa Confabulaciones *Telesistema*
9. Programa De Extremo a Extremo *Digital15*
10. Programa El Despertador *ColorVision*
11. Programa El show del mediodía *ColorVision*
12. Programa En Mariasela *ColorVision*
13. Programa Enredados *Chris Calderón*
14. ProgramaEntrevista Noticias SIN *ColorVision*
15. Programa Famosos Inside *CDN*
16. Programa Fiestas y personalidades *Telefuturo*
17. Programa La Tuerca *Telefuturo*
18. Programa - Magazine 47 (*Ame47*)
19. Programa Más Roberto *Telesistema*
20. Programa Me gusta de noche *ColorVision*
21. Programa Música Press *RNN*
22. Programa Noche de Luz *AntenaLatina*
23. Programa Noticias con musica *ColorVision*
24. Programa Pamela todo un show *ColorVision*
25. Programa TV Revista *Certv*
26. Programa Vale por tres *Telesistema*
27. Programa Version Original *Telemicro*
28. Programa Así Es Raúl Grisanty *Canal 25*
29. Programa Dueñas de la Noche *Canal 4*
30. Programa - Q TV Música *Digital 15*
31. Acento TV - Canal 39
32. Ame 47 - Canal 47
33. Antena 21 - Canal 21
34. Antena Latina - Canal 7
35. Canal Altice
36. Canal del Sol - Canal 6
37. Carivision - Canal 26
38. CDN - Canal 37
39. Certv - Canal 4
40. Color Vision - Canal 9
41. Digital 15 - Canal 15
42. Mango TV
43. Market View TV - Canal 14

## MEDIOS ESPECIALIZADOS

1. Coleccionista Típico
2. Discolai
3. El Gobierno Musical
4. En Casita Fest (Plataforma Redes)
5. Guarevel
6. Jazz en Dominicana
7. Música Maestro
8. Pambiche RD
9. Revolución Sonora
10. Rock Aplatanao

## PODCASTS (SPOTIFY, IVOOX, YOUTUBE U OTRAS PLATAFORMAS)

1. El Bloke TV
2. Gente Brava
3. Guarevel Podcast
4. Inpopcast (Reagan Liriano)
5. Ivan On Radio
6. La Greca RD
7. Llégame al Podcast
8. Melomaníacos
9. Mood Sounds by Raffy
10. Nueva Vaina
11. Radio Bizarro
12. Stay at Music Podcast
13. Veo Veo Podcast

## INFLUENCERS

1. Alofoke
2. Amaya
3. Carlos Duran
4. Chico Sandy
5. Clarissa Molina
6. Covi Quintana
7. Dotol Nastra
8. El Panda Que Anda
9. Gabriela Carmin
10. Jhoel Lopez
11. José Guillermo Cortines
12. Juan Carlos Pichardo
13. Juan Luis Minaya
14. June Gomez
15. Laura Nanita
16. Manny Cruz
17. Mark B
18. Nashla Bogaert
19. Pamela Sued
20. Riccie Oriach
21. Taba Blachard
22. Yohan Nature
23. Zeny Leyva

## PERIODÍSTAS / CRÍTICOS

1. Alexis Méndez
2. Alfonso Quiñones
3. Anyelina Baldera
4. Aquiles Ramirez
5. Carmelsy Confesor
6. Cristina Liriano
7. Daniela Pujols
8. Elisa Carolina
9. Emelyn Baldera
10. Fausto Polanco
11. Gabriela Melo
12. Hector Romero
13. Indhira Suero
14. Jacqueline Ramos
15. Jeury Frias
16. Jorge Ramos
17. Jose Antonio Aybar
18. Jose Nova
19. José Rafael Sosa
20. Joseph Caceres
21. Karina Jimenez
22. Kenny Valdez
23. Kharla Polonio
24. Luis Felipe
25. Manuel Betances
26. Maria Mercedes
27. Mariela Guerrero
28. Marilyn Ventura
29. Marivell Contreras
30. Max Cueto
31. Maximo Jimenez
32. Miguelina Santos
33. Miguelina Terrero
34. Milian Reyes
35. Pachico Tejada
36. Ramon Almanzar
37. Robert Sanchez
38. Rocio Figueroa
39. Rosmery Martinez
40. Samir Saba
41. Scarlet Hernandez
42. Severo Rivera
43. Thelma Figueroa
44. Viancamily Alcantara
45. Violeta Ramirez
46. Viryi Baldera
47. Wanda Sánchez
48. Yanela Hernández
49. Yaritza Valdez
50. Yenny Polanco
51. Yissus Taveras
52. Ynmaculada Cruz
53. Zoila Puello

DIFUSIÓN  
318

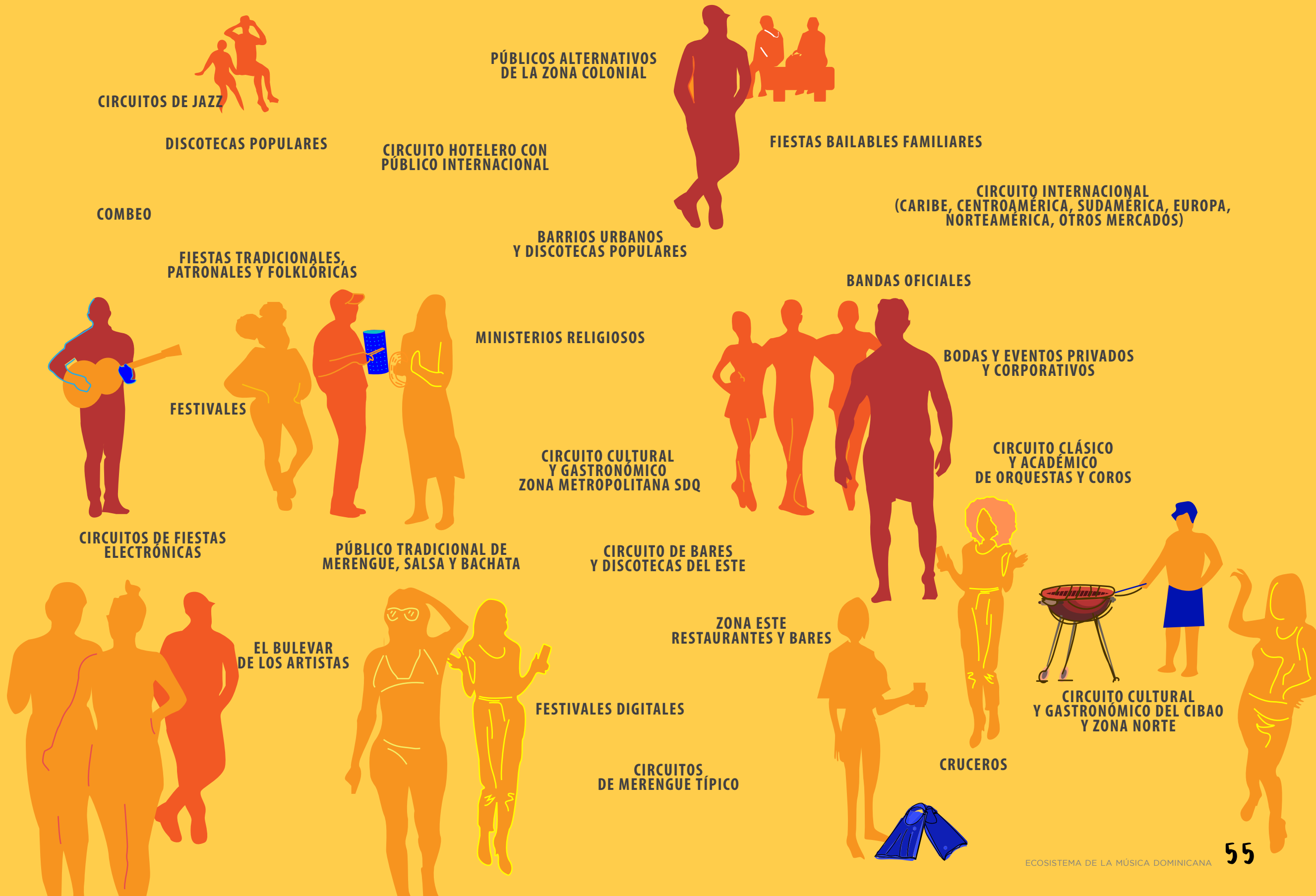


# públicos

El objetivo y ejercicio en esta categoría consistió en identificar a grandes rasgos, en formato de tormenta de ideas, algunos circuitos y clusters que permiten conectar la producción musical con las audiencias y consumidores; sin abordar la complejidad de los públicos de forma cualitativa ni cuantitativa.

Pensados algunos desde un anclaje territorial-geográfico en zonas del país y áreas de la ciudad, otros vinculados a costumbres y hábitos de consumo cultural de grupos poblacionales con rasgos comunes, incluso algunos desde la visión de formatos que impulsan ciertos tipos de experiencias recurrentes que crean hábitos o conexión con la música en vivo.

Sin embargo, se trata de un actor clave del ecosistema que amerita su propio estudio. Incluirlos aquí es una forma de disparar algunas preguntas que puedan impulsar nuevas investigaciones y estrategias apuntadas al desarrollo de nuevos públicos y a consolidar la oferta y comunicación de música que atienda las características e identidad de la población.



# Accede aquí al Directorio de Actores del Ecosistema de la Música Dominicana

Usa el click derecho para abrir en nueva pestaña



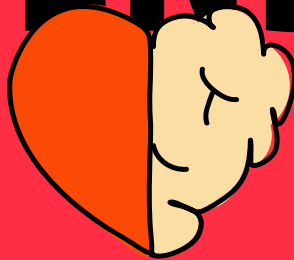
# #AgrégaloTú

Usa el click derecho para abrir en nueva pestaña



**Accede aquí  
al formulario  
para aportar  
datos en  
el directorio**

# ENTENDER



Qué nos dice este mapa de actores sobre el estado de nuestro ecosistema. Cuáles son sus fortalezas, sus debilidades. Sobre qué componentes es oportuno trabajar. Qué amenazas están impactando.



## diagnóstico

Una vez visualizado el ecosistema, identificados sus actores y componentes, se procedió a realizar un diagnóstico participativo, colectivo de la condición actual, utilizando el esquema FODA o DAFO de reconocimiento de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas ubicando factores internos o externos, como puntos fuertes o puntos débiles.



Tomando en cuenta las reflexiones que surgieron tras visualizar la conformación del mapa de actores y considerando el conocimiento previo tanto colectivo como individual sobre sus componentes, se realizó este diagnóstico en cuatro instancias: aportes individuales, debate de equipos, socialización y consenso en el pleno grupal. Los resultados fueron agrupados y sistematizados en las siguientes fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades.

“

**Tenemos un mar azul  
Y una deuda eterna  
en el baúl.  
Donde se da  
el mejor café.  
Y donde los pobres  
andamos a pie.  
Es una linda ciudad  
Aunque no haya  
electricidad.**

”

**Mi País, Toque Profundo**



# factores internos del ecosistema

Aspectos  
o características  
inherentes  
al ecosistema,  
su mapa de actores  
y sus relaciones.  
Pueden ser  
abordados  
desde dentro  
del ecosistema  
por sus propios  
actores.

## FORTALEZAS

*Aspectos internos del ecosistema y sus actores que son sus puntos fuertes, sanos y potenciales para el desarrollo. Pueden ser aprovechados para su consolidación y continuidad.*



### CRECIMIENTO ORGÁNICO DEL SECTOR MUSICAL

- PROLIFERAN BANDAS Y EMERGEN NUEVOS ARTISTAS.
- LAS PROPUESTAS MUESTRAN VOCACIÓN DE PERDURAR EN EL TIEMPO.
- EL ECOSISTEMA HA CRECIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, LA ESCENA LOCAL SE CONSOLIDA.



### CALIDAD, RIQUEZA Y DIVERSIDAD DE LA MÚSICA DOMINICANA

- ORIGINALIDAD, AUTENTICIDAD, FRESCURA, CALIDAD Y DIVERSIDAD DE LAS NUEVAS PROPUESTAS MUSICALES.
- INVESTIGACIÓN DE LA IDENTIDAD Y LA RIQUEZA DE LAS RAÍCES Y RITMOS AUTÓCTONOS, FUSIONES CON SONIDOS CONTEMPORÁNEOS.
- INTEGRACIÓN DEL TALENTO Y CONOCIMIENTO ACADÉMICO Y POPULAR.



### FORMACIÓN MUSICAL EN AUMENTO Y DE CALIDAD

- INCREMENTO EN LA OFERTA DE FORMACIÓN MUSICAL Y ARTÍSTICA, PRESENCIAL Y A DISTANCIA, EN DISTINTOS NIVELES.



### CALIDAD DEL APOYO TÉCNICO A LA PRODUCCIÓN MUSICAL Y LA MÚSICA EN VIVO


- CALIDAD TÉCNICA DE ESTUDIOS, INGENIEROS DE SONIDO Y COMPAÑÍAS SUPLIDORAS, CON ESTÁNDARES INTERNACIONALES.
- CALIDAD ESTÉTICA-ARTÍSTICA Y TÉCNICA DE SERVICIOS CREATIVOS DE OTRAS INDUSTRIAS CULTURALES QUE APORTAN AL ECOSISTEMA DE LA MÚSICA: REALIZACIÓN AUDIOVISUAL, DIRECCIÓN DE ARTE, FOTOGRAFÍA, DISEÑO GRÁFICO, ESTILISMO, ETC.



### NUEVOS ESPACIOS DE LEGITIMACIÓN, VALIDACIÓN Y RECONOCIMIENTO

- CREACIÓN DE PREMIOS PARA EL RECONOCIMIENTO DEL SECTOR
- NUEVOS ESPACIOS DE DOCUMENTACIÓN, DIFUSIÓN, REFLEXIÓN Y CRÍTICA DE LAS CREACIONES MUSICALES

## FORTALEZAS

 **DISPONIBILIDAD Y APROVECHAMIENTO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC'S) PARA LA DIFUSIÓN DE LA MÚSICA**

 **CRECIMIENTO DE FESTIVALES MUSICALES Y NUEVOS VENUES**

- APARICIÓN DE NUEVOS FESTIVALES EN DISTINTOS PUNTOS DEL PAÍS CON DIVERSIDAD DE GÉNEROS Y LA INCLUSIÓN DE LA MÚSICA EN VIVO EN EVENTOS DE TODO TIPO

- APERTURA DE ESPACIOS GASTRONÓMICOS Y BARES QUE CONTRATAN Ó PRESENTAN MÚSICA EN VIVO


 **EXPOSICIÓN DE LA MÚSICA DOMINICANA A NIVEL INTERNACIONAL**

- NUEVOS TALENTOS, PROYECTOS E INTÉRPRETES RECONOCIDOS EN DIFERENTES PAÍSES Y A NIVEL MUNDIAL Y EXPORTANDO SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS.

- RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL DE RITMOS DOMINICANOS COMO PATRIMONIO INMATERIAL DE LA HUMANIDAD.

 **INTERÉS EN LA CREACIÓN DE ASOCIACIONES Y GREMIOS**

- INTERÉS Y CONCIENCIA DE LA IMPORTANCIA DE CONSTRUIR UNIDAD E IMPULSAR LA ASOCIATIVIDAD EN EL GREMIO DE ARTISTAS Y PROFESIONALES DEL SECTOR, A RAÍZ DE LA CRISIS OCASIONADA POR LA PANDEMIA DEL COVID 19.

 **NUEVAS NARRATIVAS, SENSIBILIDAD Y COMPROMISO DE ALGUNAS PROPUESTAS MUSICALES**

- PROPUESTAS MUSICALES NUEVAS QUE APORTAN EN LA CREACIÓN DE DISCURSOS PARA DESACTIVAR LAS VIOLENCIAS, LOS PREJUICIOS

- PROMOCIÓN DEL COMPROMISO SOCIAL Y AMBIENTAL POR PARTE DE JÓVENES ARTISTAS.

- MÚSICA QUE APORTA EN LA EDUCACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE CIUDADANÍA.

**"ESTA FUE LA MÚSICA QUE PUSO A BAILAR A KING KONG"**

Pa Borojol, Rey Reyes

**Originalidad, autenticidad, frescura, calidad y diversidad de las nuevas propuestas musicales.**



## DEBILIDADES

*Aspectos internos del ecosistema y sus actores que muestran necesidades, dificultades, desafíos y retos. Requieren el abordaje por parte de los propios actores del ecosistema y la construcción de vínculos para incidir en las mejoras necesarias para el desarrollo.*



### FALTA DE APOYO DE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS

- FALTA DE APOYO Y POLÍTICAS PÚBLICAS DIRIGIDAS AL DESARROLLO INTEGRAL DE LA MÚSICA POR PARTE DEL MINISTERIO DE CULTURA
- DESCONOCIMIENTO DEL ESTADO Y SUS ESTAMENTOS E INSTITUCIONES Y RESPONSABLES A CARGO RESPECTO DEL FUNCIONAMIENTO Y ESTADO DE LA INDUSTRIA MUSICAL
- FALTA DE APOYO, VÍNCULOS Y ACCIONES POR PARTE DE INSTITUCIONES Y MINISTERIOS COMO TURISMO, INDUSTRIA Y COMERCIO, JUVENTUD, ENTRE OTROS.
- FALTA DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA, RECURSOS Y HERRAMIENTAS DISPONIBLES PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR.
- REGULACIÓN Y LEGISLACIÓN INSUFICIENTE O SIN APLICAR.



### ESCASEZ DE RECURSOS ECONÓMICOS PARA DESARROLLAR LOS PROYECTOS

- FALTAN FONDOS DE INVERSIÓN Y FOMENTO A LA CREACIÓN Y PRODUCCIÓN
- DIFICULTADES PARA EL RETORNO ECONÓMICO DE LA INVERSIÓN DE LOS ARTISTAS EN SUS CARRERAS Y PROYECTOS



### CARENCIA DE DATOS Y CONOCIMIENTO SISTEMATIZADO DEL SECTOR

- AUSENCIA DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN CULTURAL FEHACIENTE CON DATOS ACTUALIZADOS CONTINUAMENTE RESPECTO DE LOS COMPONENTES, APORTES Y CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR.
- DESCONOCIMIENTO DE LA AMPLITUD, UBICACIÓN Y SITUACIÓN DE ACTORES DEL ECOSISTEMA DE LA MÚSICA.
- DISCONTINUIDAD DE LOS PROCESOS DE CONSTRUCCIÓN DE DATOS Y ESTUDIOS DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y LOS CONSUMOS CULTURALES.



### FALTA FORMACIÓN MUSICAL EN DISTINTOS NIVELES Y EN EL TERRITORIO NACIONAL

- CENTRALIZACIÓN DE LA FORMACIÓN MUSICAL PROFESIONAL O ESPECIALIZADA EN LA CAPITAL DEL PAÍS
- FALTA FORMACIÓN MUSICAL Y ARTÍSTICA INTEGRAL EN LA EDUCACIÓN INICIAL Y MEDIA PARA LA FORMACIÓN DE PÚBLICOS Y CIUDADANOS SENSIBLES CON LAS ARTES
- FALTA DE RECONOCIMIENTO Y TITULACIÓN DE CARRERAS PROFESIONALES VINCULADAS A LA MÚSICA.
- FALTA OFERTA DE FORMACIÓN PARA LA GESTIÓN PARA LA MÚSICA Y LAS INDUSTRIAS CREATIVAS
- FALTA FORMACIÓN ESPECIALIZADA EN GESTIÓN CULTURAL, INDUSTRIAS CREATIVAS Y NEGOCIO DE LA MÚSICA.
- DESCONOCIMIENTO POR PARTE DE ARTISTAS DE OPORTUNIDADES DE PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN DIGITAL Y DIFUSIÓN.
- FALTA INTEGRAR FORMACIÓN EN GESTIÓN Y DESARROLLO DE CARRERAS PARA MÚSICOS EN FORMACIÓN.



## DEBILIDADES

### **ESCASOS ACTORES EN ALGUNOS COMPONENTES CLAVE DEL ECOSISTEMA DE LA MÚSICA Y LA CADENA VALOR**

- EN RELACIÓN A LA CANTIDAD DE OFERTA DE TALENTO ARTÍSTICO SON INSUFICIENTES LOS ACTORES OCUPÁNDOSE DE LOS COMPONENTES DE COMERCIALIZACIÓN DE LA MÚSICA. MANAGEMENT, EDITORIALES, LICENCIAMIENTO DE MÚSICA, PRODUCCIÓN Y VENTA DE DISCOS, COLOCACIÓN, EXPORTACIÓN, BOOKING, ETCÉTERA.
- INSUFICIENTES EXPERTOS EN SERVICIOS PROFESIONALES DE ADMINISTRACIÓN DE LA MÚSICA (LEGALES, ADMINISTRADORES, DISTRIBUCIÓN).

### **FALTA DE INTERÉS Y CONSTRUCCIÓN DE NUEVOS PÚBLICOS**

- PÚBLICOS SEGMENTADOS Y AFERRADOS A GÉNEROS DEL GUSTO POPULAR CONSTRUIDO A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. LOS PÚBLICOS DESCONOCEN GRAN PARTE DE LAS NUEVAS PROPUESTAS DE MÚSICA DOMINICANA Y LA DIVERSIDAD DE GÉNEROS, RITMOS Y ARTISTAS.
- FALTA DE ACCESO A NUEVOS ARTISTAS Y PROPUESTAS EMERGENTES.
- FALTA DE FORMACIÓN DE PÚBLICOS Y ESPECTADORES SOBRE MÚSICA, ARTES Y CULTURA EN GENERAL.

### **FALTA DE ESPACIOS DE DIFUSIÓN**

- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS NO DIFUNDEN LA DIVERSIDAD Y CANTIDAD DE MÚSICA DOMINICANA SIN INVERSIÓN DE POR MEDIO.
- LA OFERTA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO ES EQUILIBRADA, DIVERSA O EQUITATIVA.
- FALTA CRÍTICA ESPECIALIZADA Y PERIODISMO CULTURAL CON ESPACIO SUFICIENTE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS TRADICIONALES: PRENSA (ESCRITA) GRÁFICA, RADIO Y TELEVISIÓN.
- FALTA DOCUMENTACIÓN, CRÍTICA Y PUBLICACIONES SOBRE LA GRAN DIVERSIDAD DE MÚSICA DOMINICANA CONTEMPORÁNEA.

### **FALTA DE ESPACIOS DE PRESENTACIÓN DE MÚSICA EN VIVO**

- POCOS VENUES DISPONIBLES Y PREPARADOS TÉCNICAMENTE PARA LA MÚSICA EN VIVO.
- DIFICULTAD PARA ACCEDER A LOS VENUES DISPONIBLES POR PARTE DE ARTISTAS EMERGENTES O TALENTOS NO MASIVOS.
- CARENCIA DE FESTIVALES, INCONSTANCIA DE LOS EXISTENTES.
- Poca oferta de espacios y eventos en horarios para toda la familia.

### **POCA EXPORTACIÓN Y DIFUSIÓN A NIVEL INTERNACIONAL**

- DIFUSIÓN LIMITADA DE PROPUESTAS DOMINICANAS EN MERCADOS EXTRANJEROS.
- Poca EXPORTACIÓN DE TALENTOS, ESPECTÁCULOS Y PRODUCCIONES DOMINICANAS.
- FALTA APOYO PARA LA INVERSIÓN Y PROMOCIÓN DE ARTISTAS EMERGENTES EN EL EXTRANJERO.

### **DESARTICULACIÓN Y FALTA DE ASOCIACIÓN Y AGREMIACIÓN EN EL SECTOR**

- CARENCIA DE ESPACIOS DE AGREMIACIÓN DE ARTISTAS, MÚSICOS, PROFESIONALES DEL SECTOR EN SUS ACTIVIDADES ESPECÍFICAS: NO HAY SINDICATO DE MÚSICOS, NI ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES, MANAGERS, O PROFESIONALES DE LA GESTIÓN CULTURAL.
- FALTA DE PARTICIPACIÓN Y DESCONOCIMIENTO POR PARTE DE ARTISTAS EMERGENTES EN LAS ASOCIACIONES EXISTENTES DE GESTIÓN DE DERECHOS COLECTIVOS.

- COMPETENCIA DESLEAL





## DEBILIDADES

### INEQUIDAD Y DESIGUALDAD EN EL ECOSISTEMA

- **CENTRALIZACIÓN DE RECURSOS**  
TANTO PÚBLICOS COMO PRIVADOS  
EN **SANTO DOMINGO**.
- **FALTA DE EQUIDAD DE GÉNERO**  
E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES  
Y CONDICIONES PARA MUJERES  
Y HOMBRES.
- **DIFICULTAD DE ACCESO**  
A RECURSOS Y DESARROLLO  
DE ACTORES DEL ECOSISTEMA  
RACIALIZADOS Y ESTIGMATIZADOS.

**Falta formación  
especializada  
en industrias  
creativas  
y negocio  
de la música.**

**"USTEDE' NO  
TIENEN CUALTO,  
USTEDE'  
ESTÁN EN OLLA  
MÁNDAME EL  
LOCATION QUE TE  
VO' A MANDAR  
CINCO DEMBOW  
EN UN UBER  
¡PA' QUE TE  
PEGUE!"**

*La Romana, El Alfa & Bad Bunny*



## aspectos externos del ecosistema

**Aspectos o características externas al ecosistema. No dependen de los actores del ecosistema sino de estructuras más amplias del contexto.**

Estructuras como el Estado, la política, la economía, la sociedad, las costumbres, tradiciones y hábitos culturales, el territorio y las características geográficas, el clima, entre otros. Es necesario considerar estos aspectos para la toma de decisiones así como crear vínculos y acciones desde el ecosistema para incidir en el diálogo con actores decisivos de estos factores externos.

### OPORTUNIDADES

*Aspectos favorables del contexto, estructurales y coyunturales, que facilitan e impulsan el desarrollo.*



#### INICIATIVAS ESTATALES Y NUEVA LEGISLACIÓN QUE BENEFICIA AL SECTOR

- LEY DE MECENAZGO EN PROCESO DE REGLAMENTACIÓN
- MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO CON INTENCIÓN DE IMPULSAR LA ECONOMÍA NARANJA.
- PROPUESTAS DE FORMACIÓN Y ASESORAMIENTO PARA EMPRENDIMIENTOS DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS.



#### CAMBIOS EN GESTIÓN GUBERNAMENTAL Y OPORTUNIDAD DE DIÁLOGO

- CAMBIOS EN LA GESTIÓN GUBERNAMENTAL IMPULSA POSIBLES DIÁLOGOS DEL SECTOR CON LAS INSTITUCIONES
- MUNICIPIOS CON INTERÉS EN FORTALECER SU ACTIVIDAD CULTURAL



#### OPORTUNIDADES DERIVADAS DE LA ATENCIÓN A LA CRISIS OCASIONADA POR EL COVID 19

- PUEDE IMPULSAR LA PRESENCIA DE PROPUESTAS DE ARTISTAS LOCALES EN EVENTOS ANTE

LA DIFICULTAD DE CONTAR CON ARTISTAS INTERNACIONALES.

- ORGANISMOS Y ENTIDADES DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL CON INTERÉS DE ATENDER Y APOYAR EL SECTOR FRENTE A LA CRISIS
- IMPULSO AL TURISMO INTERNO Y AL CONSUMO PARA LA REACTIVACIÓN DE LA ECONOMÍA PUEDE FOMENTAR EL CONSUMO CULTURAL Y LAS PROPUESTAS ARTÍSTICAS PUEDEN APORTAR A LA REACTIVACIÓN DE LA INDUSTRIA DEL ENTRETENIMIENTO.
- NUEVOS HORARIOS PARA EVENTOS MÁS ALLÁ DE LA VIDA NOCTURNA, CONSTRUCCIÓN DE NUEVOS PÚBLICOS.
- VARIADA OFERTA DE FORMACIÓN Y PROFESIONALIZACIÓN, A TRAVÉS DE PLATAFORMAS DIGITALES CON PROFESIONALES LOCALES E INTERNACIONALES EN CONGRESOS Y CONFERENCIAS DE TODO EL MUNDO.
- DESARROLLO DE PROPUESTAS EN LÍNEA PARA LA REFLEXIÓN COLECTIVA, CONVERSACIÓN Y SOCIALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS.
- MOTIVACIÓN/IMPULSO PARA LOS ARTISTAS LOCALES HACERSE PRESENTE EN EVENTOS INTERNACIONALES DIGITALES.

## OPORTUNIDADES



### JORNADA EXTENDIDA EN LA EDUCACIÓN

- APERTURA DE OFERTA DE FORMACIÓN MUSICAL Y ARTES EN TALLERES DE LAS ESCUELAS PRIMARIAS Y SECUNDARIAS



### FORTALECIMIENTO DEL COMPONENTE VIRTUAL

- NUEVAS HERRAMIENTAS PARA PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y MONETIZACIÓN DE LA MÚSICA EN LA ESFERA DIGITAL

- NUEVOS ESPACIOS Y PLATAFORMAS DIGITALES DE CRÍTICA Y DIFUSIÓN DE LA MÚSICA



### INTERÉS POR PARTE DE LA COMUNIDAD ARTÍSTICA INTERNACIONAL Y AGENTES DE LA INDUSTRIA

- FACILIDADES PARA EL ACERCAMIENTO A NUEVOS MERCADOS Y FERIAS DE MÚSICA EN OTROS PAÍSES

- ARTISTAS DOMINICANOS DE DIVERSOS GÉNEROS SIENDO RECONOCIDOS EN EL EXTERIOR

- COLABORACIONES CON ARTISTAS DE OTROS PAÍSES

- APROVECHAMIENTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA PROMOCIONAR LA MÚSICA EN NUEVOS MERCADOS A TRAVÉS DE FESTIVALES, CONCIERTOS EN STREAMING, ENTREVISTAS Y OTRAS ACCIONES.



### RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL COMO POSIBLE POTENCIA MUSICAL DEL CARIBE

- DECLARACIÓN DEL GRAN SANTO DOMINGO COMO CIUDAD CREATIVA DE LA MÚSICA POR UNESCO

- RITMOS DOMINICANOS DECLARADOS PATRIMONIO INTANGIBLE DE LA HUMANIDAD.



### REPÚBLICA DOMINICANA COMO IMPORTANTE DESTINO TURÍSTICO

- DESTINO TURÍSTICO ATRACTIVO A LO LARGO DE TODO EL AÑO

- DIVERSIDAD Y CALIDAD DE LA MÚSICA EMERGENTE COMO VÍA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

- CLIMA TROPICAL COMO OPORTUNIDAD PARA EVENTOS CONSTANTES Y EL TURISMO CULTURAL



### DESARROLLO Y FORTALECIMIENTO DE OTRAS INDUSTRIAS CREATIVAS

- DISTRIBUCIÓN Y MONETIZACIÓN DE LA MÚSICA A PARTIR DE LA SINCRONIZACIÓN EN CINE, VIDEOJUEGOS Y OTROS MEDIOS.

- ALIANZAS Y COLABORACIONES CON OTRAS INDUSTRIAS CREATIVAS PARA EL DESARROLLO CONJUNTO

- CRECIMIENTO DEL CINE APORTA TALENTOS, RECURSOS Y ALIANZAS A LA MÚSICA

- ARTISTAS CON PRODUCCIONES DE ALTA CALIDAD EN DISCIPLINAS ALIADAS COMO DANZA, TEATRO, ARTES VISUALES, DISEÑO, FOTOGRAFÍA, ENTRE OTRAS.



### AVANCES EN LA EQUIDAD DE GÉNERO Y LA LUCHA CONTRA LA DESIGUALDAD Y LA VIOLENCIA

- MAYOR PRESENCIA Y VISIBILIDAD DE MUJERES EN CARGOS TÉCNICOS, OPERATIVOS Y LIDERANDO SUS PROYECTOS DE MÚSICA.

- NARRATIVAS Y ACCIONES PARA VISIBILIZAR LA DESIGUALDAD, CONSTRUIR EQUIDAD Y PONER EN VALOR EL APORTE DE LAS MUJERES A NIVEL SOCIAL Y CULTURAL

**Reconocimiento  
como  
potencia  
musical  
del Caribe**



## AMENAZAS

*Aspectos desfavorables del contexto, estructurales y coyunturales, que dificultan el desarrollo, atentan contra los logros e impactan en la actividad de los actores del ecosistema sin que estos puedan controlarlo*

### **INFORMALIDAD Y PRECARIEDAD DE LA ECONOMÍA**

- LA MÚSICA SE DESARROLLA EN GRAN MEDIDA COMO UNA ACTIVIDAD DE LA ECONOMÍA INFORMAL
- DIFICULTAD DE ACCESO AL CRÉDITO Y A LAS INVERSIONES
- PRECARIEDAD DEL TRABAJO EN LA MÚSICA
- DIFICULTAD PARA PROFESIONALIZAR, VALORAR EL TRABAJO Y EXIGIR REMUNERACIONES JUSTAS

### **PÉRDIDA DE PODER ADQUISITIVO DE LA SOCIEDAD**

- REDUCCIÓN DE GASTOS EN CULTURA POR PARTE DE LA CIUDADANÍA

### **FALTA DE INCENTIVOS DE INSTITUCIONES ESTATALES**

- REDUCCIONES DEL PRESUPUESTO DEL ESTADO AL SECTOR CULTURAL Y NO CUMPLIMIENTO DE LOS PRESUPUESTOS APROBADOS.
- FALTA DE LEGISLACIÓN QUE PROTEJA A LOS TRABAJADORES CULTURALES E IMPULSE EL DESARROLLO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS.
- DISCONTINUIDAD DE LOS ESCASOS PROYECTOS DE APOYO A LA CREACIÓN Y PROMOCIÓN CULTURAL.
- AUSENCIA DE FOMENTOS A LA INVESTIGACIÓN, CREACIÓN Y CIRCULACIÓN DE LA MÚSICA.

### **CRISIS SANITARIA, ECONÓMICA Y SOCIAL POR LA PANDEMIA DEL COVID-19**

- PARÁLISIS DE LA ACTIVIDAD DE LA MÚSICA EN VIVO SIN CERTEZAS SOBRE LAS FECHAS DE RETORNO
- AUSENCIA DE INGRESOS EN MÚLTIPLES AGENTES DE LA CADENA DE VALOR, PRINCIPALMENTE ARTISTAS, APOYO TÉCNICO, PRODUCCIÓN DE EVENTOS Y VENUES.
- RIESGO DE DESAPARICIÓN DE PROYECTOS ARTÍSTICOS.

### **FALTA DIVERSIDAD EN EL CONSUMO CULTURAL DEL PÚBLICO MASIVO**

- GUSTOS POPULARES CONSTRUIDOS POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BASE A LAS ALTAS INVERSIONES QUE SE REQUIERE PARA LA ROTACIÓN EN RADIO Y TELEVISIÓN.
- NO HAY PROTECCIÓN DEL ACCESO A LA CULTURA AL NO HABER IMPULSO A LA DIFUSIÓN DE LA DIVERSIDAD DE PROPUESTAS MUSICALES DOMINICANAS.
- FALTA DE ACCESO A NUEVAS PROPUESTAS, DIFICULTADES PARA LA CIRCULACIÓN NACIONAL DE PROPUESTAS.
- NO HAY EDUCACIÓN MUSICAL INTEGRAL TEMPRANA EN EL SISTEMA EDUCATIVO QUE PROMUEVA LA FORMACIÓN DE PÚBLICOS Y CIUDADANOS SENSIBLES Y CONSUMIDORES CULTURALES PARA EL FUTURO.

## AMENAZAS



### CIERRE DE ESPACIOS APTOS PARA LA MÚSICA EN VIVO

- LA FALTA DE RECURSOS PROVOCA EL CIERRE DE VENUES DE MÚSICA O APTOS PARA LA MÚSICA EN VIVO
- NO HAY INCENTIVOS PARA LOS LOCALES Y ESPACIOS QUE PROMUEVAN O CONTRATEN MÚSICA EN VIVO
- ALTOS COSTOS DE PRODUCCIÓN Y LA CARGA IMPOSITIVA DESINCENTIVA LA INVERSIÓN EN EVENTOS DE MÚSICA.



### DIFICULTADES PARA LA CIRCULACIÓN INTERNACIONAL DE ARTISTAS DE REPÚBLICA DOMINICANA

- ALTOS COSTOS DE TICKETS AÉREOS.
- DIFICULTADES EN LA GESTIÓN DE VISADOS.
- NO HAY PROGRAMAS NI ENTIDADES DE APOYO A LA CIRCULACIÓN Y EXPORTACIÓN.



### DESIGUALDAD, MACHISMO, RACISMO ESTRUCTURAL Y PREJUICIOS SOCIALES

- LOS PREJUICIOS Y ESTIGMAS ATENTAN CONTRA EL DESARROLLO DE PROPUESTAS DE ARTISTAS QUE NO CUMPLAN CON LOS ESTEREOTIPOS A LOS QUE BUSCA ASOCIARSE EL SECTOR PRIVADO COMO PRINCIPAL PATROCINADOR DE LA ACTIVIDAD MUSICAL.
- DIFICULTAD PARA LA DIFUSIÓN MASIVA DE ARTISTAS RACIALIZADOS QUE NO RESPONDAN A ESTEREOTIPOS.
- DESDE LAS INSTITUCIONES OFICIALES SE REPRODUCE EL ESTIGMA Y LA FALTA DE VALORACIÓN DE LA MÚSICA Y EXPRESIONES ARTÍSTICAS DE RAÍCES AFRO DOMINICANAS.
- MACHISMO Y LAS VIOLENCIAS CONTRA LAS MUJERES SE TRANSFORMA EN DIFICULTADES PARA EL DESARROLLO INTEGRAL DE ARTISTAS MUJERES.
- INDUSTRIA CON GRAN CANTIDAD DE MUJERES TRABAJANDO Y PROMOVRIENDO, Y CON POCAS MUJERES EN LOS ESPACIOS DE DECISIÓN, INVERSIÓN Y CAPITALIZACIÓN.

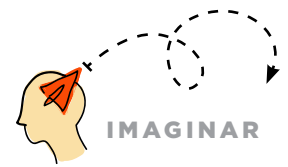
**Falta  
diversidad  
en el consumo  
cultural  
del público  
masivo**





# IMAGINAR

*Cómo queremos que sea. Qué queremos lograr. Qué necesitamos conseguir para ello. Quiénes deberían intervenir.*



Una vez reconocidos los actores que participan del ecosistema y su cadena de valor, y diagnosticado el mismo identificando sus fortalezas y debilidades internas y las oportunidades y amenazas externas, es posible imaginar cómo los propios actores deseamos que sea nuestro ecosistema de la música dominicana.

# ¿Qué queremos lograr?

Pudimos así construir una visión compartida de largo plazo que exprese lo que queremos lograr como emprendimiento colectivo, que impacte e incluya los emprendimientos individuales. Expresar una misión colectiva compartida que oriente el accionar desde el presente, ajustando las expectativas, sin eliminar las utopías.

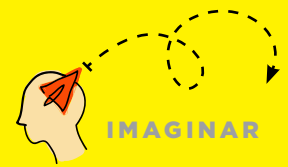
**VISIÓN**  
describe una expectativa ideal sobre lo que se espera que la organización sea o alcance en un futuro: 5 años, 10 años. Debe ser realista, pero puede ser ambiciosa; su función es guiar y motivar al grupo para continuar con el trabajo. Es importante y necesario hacer consciencia de la visión, empoderarse, crearla posible.

**Nuestra Visión**  
*Fortalecer el ecosistema musical de modo inclusivo, equitativo, sostenible y productivo, con espacios de diálogo y articulación, orientados al desarrollo y progreso eficiente de todos los actores del ecosistema, posicionando a la República Dominicana como potencia musical del Caribe.*

**Nuestra Misión**  
*Articular a los actores del ecosistema de la música promoviendo la asociación, la profesionalización, su incidencia en políticas públicas, la creación, difusión, promoción y formación de públicos. De igual forma, visibilizar el ecosistema a nivel local e internacional para lograr alianzas, inversiones, circulación y su desarrollo sostenible.*

**MISIÓN**  
La misión describe el motivo o la razón de ser de una organización, empresa o institución. Se enfoca en los objetivos a cumplir en el presente, motiva acciones que agregan valor y que son posibles de realizar para ir logrando la visión. Debe estar definida de manera precisa y concreta para guiar al grupo de trabajo en el día a día.





# El espejo como puerta a la imaginación

Referenciarse con casos modelos de éxito, ejemplos de otras ciudades y países, e incluso otras industrias creativas en nuestro propio territorio que han logrado desarrollar y consolidar su cadena de valor es un buen ejercicio de reflexión, de articulación del deseo, de visualización de metas. Un espejo donde mirarse.

Permite pensar en el desarrollo partiendo de ejemplos posibles, concretos, reales.

Al momento de mencionar ciudades cuyos modelos resultan interesantes para estudiar, conocer y orientar el propio camino, los participantes del taller mencionaron múltiples referencias: **Bogotá, Medellín, Barcelona, Madrid, Lisboa, Sao Paulo, Ciudad de México, Buenos Aires, La Habana, Guadalajara, Los Ángeles, Cartagena, Amsterdam, Viena, Praga, Moscú, Londres, New Orleans**, además de países como **Francia** y **Corea del Sur**.

Al momento de seleccionar y priorizar referencias la preferencia mayoritaria señaló Bogotá, también declarada hace varios años como Ciudad Creativa de la Música de la Red UNESCO y en segundo lugar la preferencia fue por Ciudad de México, Madrid y Barcelona en un alejado tercer lugar.

En el diálogo respecto al propio país, la principal referencia es a la industria del cine en su desarrollo sostenido en los últimos años. El análisis intuitivo que menciona la Ley de Cine como principal factor de transformación, su impulso a la inversión privada y su impacto en la profesionalización y asociación del sector, también orienta caminos a explorar para la música y su ecosistema.

El ejercicio no procura comparaciones vacías, simplemente puede servir como espejo de los anhelos colectivos, fortalecer la conciencia de la propia potencialidad y facilitar caminos y posibilidades de acción.

## eje estratégico

**Es una línea de acción para el ecosistema que adelanta la misión y visión. Por lo general es de largo plazo (1-3 años), se traduce en objetivos y requiere de varios proyectos para lograrse.**

Conscientes de la misión y la visión compartida llega el momento de determinar sobre qué componentes es oportuno trabajar.

Imaginar es también planificar de forma estratégica para hacer realidad sueños, deseos, misiones y visiones.

Las propuestas socializadas y debatidas resultaron en la priorización de cuatro ejes estratégicos que conforman un mapa de oportunidades de acción. No se trata de recomendaciones aisladas: la planificación estratégica le da sentido de estructura al sector de la música y orienta el accionar de sus actores en términos individuales, relacionales y colectivos.

# ejes estratégicos para el ecosistema de la música dominicana

1

## **FORTALECIMIENTO DEL ECOSISTEMA, GOBERNANZA Y SOSTENIBILIDAD**

Unidad, agremiación y asociación de trabajadores/as de la música y su cadena de valor. Reconocimiento, diálogo y colaboración entre actores, gobernanza y construcción de incidencia. Mejora de condiciones de desarrollo. Profesionalización para la creación, producción, promoción, gestión y sostenibilidad de la música.

3

## **DESARROLLO DE POLÍTICAS PÚBLICAS Y LEGISLACIÓN**

Incidir en las prioridades de las políticas públicas, de las políticas culturales y destinadas a la música en particular, comprendiendo la complejidad del Estado y defendiendo la cultura y, por lo tanto, nuestros modos de vida, como lo que son: bien esencial y vital, de plenitud y felicidad, como la misma finalidad del desarrollo y no solo como instrumento para el desarrollo. Abogar por la implementación de los presupuestos, demandar mayores recursos. Fortalecer la implementación de la legislación existente, los reglamentos necesarios e instalar y destacar en la agenda pública la necesidad de nuevas leyes y regulaciones que fortalezcan la actividad.

4

## **PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS ARTISTAS Y DEL ECOSISTEMA**

Promocionar, difundir y visibilizar el amplio y diverso trabajo de la gran cantidad y riqueza del talento humano que identificamos en el mapeo de actores de nuestro país, creando oportunidades para el desarrollo sostenible, productivo, inclusivo y equitativo a nivel local, nacional, e internacional.

2

## **PROMOCIÓN DE LA EDUCACIÓN MUSICAL Y LA FORMACIÓN DE PÚBLICOS**

Formación musical como visión a largo plazo no solo para la creación y conservación, también para la apreciación, la sensibilidad, y la creación de capital cultural. Las generaciones y audiencias del futuro se forman en el presente *y sin público no hay paraíso*.

# HACER



*Acción. Sobre qué podemos operar, de qué forma,  
a quiénes debemos recurrir, en qué tiempos.*

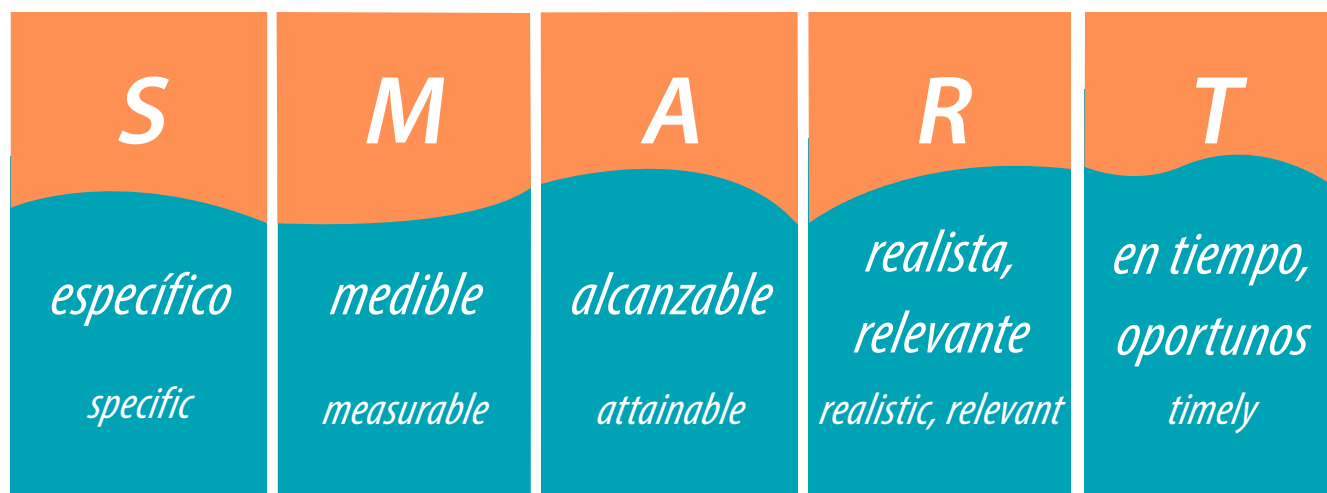
# Objetivos

**Están orientados a logros y de ellos se desprenden procesos y actividades. Redactados de forma breve, concisa y clara, en modo impersonal con verbos fuertes que guíen la acción.**

Habiendo identificado tanto espacio para crecer, y teniendo una misión clara, nos corresponde ahora traducir nuestras intenciones como ecosistema a acciones concretas, proponiendo proyectos viables con objetivos específicos que respondan directamente a los principales ejes estratégicos definidos anteriormente. Al momento de definir los objetivos y las propuestas de acción, apelamos

a la responsabilidad individual de cada participante del taller, y el radio de acción particular de cada uno, entendiendo que para lograr un cambio positivo debemos empoderarnos tanto colectiva como individualmente.

Fueron definidos bajo el enfoque de objetivos SMART, que significa “inteligente” en inglés. Es un acrónimo en el cual las siglas representan los criterios para establecer objetivos eficaces:



## PROYECTOS

Como ejercicio durante el taller, provocamos la redacción breve de propuestas de acción a los que denominamos proyectos, con la orientación de que estas iniciativas deben responder a alguno de los ejes estratégicos consensuados previamente. En la instancia individual se volcaron un total de 76 propuestas originalmente, que fueron agrupadas en 58 iniciativas, organizadas y redactadas, en función de la gran cantidad de coincidencias en las ideas, lo cual es síntoma también de visiones compartidas, prioridades colectivas y posibles compromisos para la ejecución a lo largo del tiempo.

## RUTA DE PROYECTOS

Cada proyecto se debatió propiciando la visualización de una ruta de ejecución posible con algunos ítems específicos que sirven de guía para su ejecución: origen, presupuesto, período de tiempo, nivel de complejidad o riesgo, procesos para lograrlo, posibles fuentes de recursos, e indicadores clave de rendimiento.

Utilizamos el siguiente modelo de ruta de proyectos como esquema para visualizar

y analizar las acciones propuestas, su viabilidad y complejidad, al igual que sus relaciones y dependencias. El presente informe no pretende formular todos y cada uno de los proyectos propuestos, constituye más bien un abanico de opciones de las cuales empoderase, aprovechando esta ruta como herramienta de formulación y contextualizando cada una de las iniciativas como un engranaje que aporta a la consecución de una visión y una misión colectiva.

# ¿Qué podemos hacer?

De qué forma  
En qué tiempos

## PUNTO DE ACCIÓN

Descripción del proyecto

### ORIGEN

¿Dónde se originó el proyecto? (equipo de planificación, reuniones comunitarias, nido cultural, Agencia/Ministerio Nacional, otros: interesados, entrevistados, clubes...)

### PRESUPUESTO

proporcionar un aproximado lo más real posible. Este punto se revisa más detalladamente luego de analizar todo lo que implica el proyecto.



**BAJO**

**MEDIO**

**GRANDE**

**CAPITAL SIGNIFICATIVO**

### PERIODO DE TIEMPO

¿Cuánto tiempo tomará el proyecto?



**CORTO (MENOS DE 1 AÑO)**

**MEDIANO (1-3 AÑOS)**

**LARGO (3+ AÑOS)**

Favor especificar si es un proyecto de **UNA SOLA INVERSIÓN** ó requiere de **INVERSIÓN CONTINUA** (ej. un festival, marketing, mantenimiento).

### COMPLEJIDAD/RIESGO



¿Qué tan retador es iniciar este proyecto?

**BAJO:** ej. proyecto de una sola inversión, encargado claramente identificado, número limitado de interesados, pocas dudas, bien identificado

**MEDIO:** ej. proyecto que necesita 1-4 aliados locales, requiere

más planificación e inversión, y puede involucrar más de una inversión luego de revisar la planificación (es difícil establecer un estimado adecuado del costo de este proyecto)

**ALTO:** ej. proyecto que requiere de varios aliados – algunos a nivel de estado o instituciones estatales, requiere de mayor inversión, varias dudas en cuanto a la factibilidad de algunas de sus partes

### DIAGNÓSTICO

¿Cómo llegamos a este proyecto y por qué es significativo?

### PROCESO

¿Cómo lo logramos? Detalla los pasos o acciones que se deben tomar a corto y mediano plazo para poner en marcha este proyecto.

### RECURSOS

Posibles fuentes de financiamiento que pueden incluir fundaciones, fondos públicos, inversión privada, incentivos fiscales, becas...

### ALIADOS

¿Quiénes son los posibles aliados y encargados de este proyecto?

### CASO DE ESTUDIO/ MEJORES PRÁCTICAS

Ejemplo(s) ó caso similar que se pueda utilizar como punto de referencia para este proyecto.

### INDICADORES DE RENDIMIENTO/ RETORNO DE LA INVERSIÓN



¿Qué se supone que logre este proyecto?

¿En qué segmentos o sectores nos ayudará a crecer? ¿Tendrá un impacto/beneficio tangible (monetario) ó intangible? ¿Cuáles indicadores de rendimiento son esenciales?

Determinar liderazgos y responsables de cada iniciativa o identificar instituciones incumbentes y posibles alianzas es una tarea compleja. El momento en que se realizó este taller coincidió no solamente con gran parte de las actividades paralizadas por la pandemia del Covid-19, sino también con una transición gubernamental y de liderazgo político, con importantes transformaciones institucionales derivadas del cambio de gestión del Poder Ejecutivo Nacional. Naturalmente es una etapa de expectativas y de atención por parte del sector, que a la vez que espera novedades e información de políticas públicas, busca organizarse y sumar esfuerzos para alcanzar todos o gran parte de los objetivos propuestos.

A continuación presentamos los objetivos vinculados a cada eje estratégico junto a los proyectos propuestos con algunas de las características específicas identificadas, a fin de impulsar la apropiación por parte de quienes formamos parte de este ecosistema, apelando a la gestación de compromisos tanto individuales como colectivos para su ejecución y desarrollo.

“

**Que aunque tu vea  
esa malla tan alta  
Tu tiene lo zanco  
pa' saltala  
Y si la bola ta del lado  
de tu cancha  
Dale con la raqueta  
más ancha**

”

**El blu del Ping Pong, Rita Indiana**



# Eje 1

## Fortalecimiento del ecosistema, gobernanza y sostenibilidad

### OBJETIVOS

PROYECTOS/  
PROPUESTAS DE ACCIÓN


**1.1 Fomentar la asociación, el intercambio de experiencias y la colaboración entre actores del ecosistema**


**CREACIÓN DE UNA ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES DEL ECOSISTEMA DE LA MÚSICA.**

 BAJO

 CORTO/MEDIANO

 MEDIO

 AL MENOS 5 ASAMBLEAS DE COORDINACIÓN REALIZADAS, REDACCIÓN DE OBJETIVOS, FUNCIONES Y PLAN DE ACCIÓN DURANTE EL 2021.


 ASOCIACIÓN CONFORMADA, FORMALIZADA Y PRESENTADA PÚBLICAMENTE EN 2021.


**CREACIÓN DE UN SINDICATO DE ARTISTAS DE LA MÚSICA.**

 BAJO

 CORTO/MEDIANO

 MEDIO

 AL MENOS 5 ASAMBLEAS DE COORDINACIÓN REALIZADAS, REDACCIÓN DE OBJETIVOS, FUNCIONES Y PLAN DE ACCIÓN DURANTE EL 2021


 ASOCIACIÓN CONFORMADA, FORMALIZADA Y PRESENTADA PÚBLICAMENTE EN 2021.

**MESA DE DIÁLOGO Y ARTICULACIÓN ENTRE AGENTES DEL ECOSISTEMA DE LA MÚSICA.**

 MEDIO

 CORTO/MEDIANO

 MEDIO


 AL MENOS 2 ENCUENTROS AL AÑO CON LA PARTICIPACIÓN DE AL MENOS 15 AGENTES REPRESENTANTES DE DISTINTOS ACTORES DE LA CADENA DE VALOR.


**GENERACIÓN DE UN ESPACIO PERMANENTE DE INTERCAMBIO DE IDEAS Y EXPERIENCIAS A NIVEL NACIONAL.**

 MEDIO

 MEDIANO/LARGO

 MEDIO

 AL MENOS 1 PLATAFORMA ONLINE O RED SOCIAL PARA EL INTERCAMBIO DE IDEAS Y EXPERIENCIAS.

 AL MENOS 1 ESPACIO DE ENCUENTRO ANUAL PRESENCIAL PARA LA SOCIALIZACIÓN DE EXPERIENCIAS E IDEAS INNOVADORAS PARA LA MÚSICA.

## Eje 1

### Fortalecimiento del ecosistema, gobernanza y sostenibilidad

#### 1.2 Impulsar mejoras en las condiciones de trabajo y desarrollo de la música y sus profesionales

ELABORACIÓN DE UN DOCUMENTO CONSENSUADO CON PROPUESTAS PARA LA MEJORA DE LAS CONDICIONES DE TRABAJO DE ARTISTAS Y PROFESIONALES DE LA MÚSICA.



BAJO



CORTO



BAJO/MEDIO

- ✓ UN DOCUMENTO CON 10 PROPUESTAS CONSENSUADO Y FIRMADO POR AL MENOS 100 ARTISTAS Y PROFESIONALES DE LA MÚSICA.

INICIATIVAS PARA LA VISIBILIZACIÓN Y VALORIZACIÓN DE LAS MUJERES PROFESIONALES DE LA MÚSICA EN ARTICULACIÓN CON WOMEN IN MUSIC, RED SATÉLITE LAT Y OTRAS.



BAJO



CORTO



BAJO

- ✓ AL MENOS 4 ACCIONES, EVENTOS O ACTIVIDADES DE VISIBILIZACIÓN Y VALORIZACIÓN REALIZADAS EN EL 2021.

#### 1.3 Analizar y visibilizar la situación y características del ecosistema de la música, su cadena de valor y sus actores

REALIZAR Y DIFUNDIR UN MAPEO Y DIAGNÓSTICO DEL ECOSISTEMA DE LA MÚSICA DOMINICANA.



BAJO



MEDIO



MEDIO

- ✓ UN PRIMER REPORTE QUE ABARQUE EL ECOSISTEMA A NIVEL NACIONAL CON LA COLABORACIÓN DE AL MENOS 30 PERSONAS Y QUE SEA PUBLICADO EN EL 2020.

- ✓ PUBLICADO UN DIRECTORIO DE ACTORES DE LA CADENA DE VALOR DE LA MÚSICA EN 2020 Y ALIMENTADO EL MISMO DURANTE EL 2021.

REALIZAR UNA ENCUESTA NACIONAL DE LA MÚSICA PARA OBTENER INFORMACIÓN RELATIVA A VENUES, TALENTOS, EMPRESAS ASÍ COMO LA MEDICIÓN DEL IMPACTO DEL COVID-19.



BAJO



MEDIO



MEDIO

- ✓ AL MENOS 1 ENCUESTA REALIZADA EN EL 2021 CON LA PARTICIPACIÓN DE AL MENOS 300 ACTORES DEL ECOSISTEMA.

## Eje 1

### Fortalecimiento del ecosistema, gobernanza y sostenibilidad

#### 1.4 Documentar, sistematizar y visibilizar el talento musical dominicano, su diversidad, riqueza y calidad


**DOCUMENTACIÓN Y GEO-REFERENCIACIÓN DE LA MÚSICA DOMINICANA QUE INCLUYA UN CATÁLOGO DE GÉNEROS, EXPRESIONES Y RITMOS TRADICIONALES Y CONTEMPORÁNEAS, UN DIRECTORIO DE TALENTOS Y MATERIAL AUDIOVISUAL.**


 **BAJO**

 **MEDIO**

 **MEDIO**

 **AL MENOS 1 PUBLICACIÓN DIGITAL CON UN CATÁLOGO DE ARTISTAS O PROYECTOS DE DISTINTOS GÉNEROS.**

 **AL MENOS UN DIRECTORIO DE TALENTOS Y EXPRESIONES MUSICALES CON DATOS DE GEORREFERENCIACIÓN Y CONTACTOS.**

 **AL MENOS UNA SERIE DE 12 CONTENIDOS AUDIOVISUALES SOBRE ARTISTAS Y PROYECTOS MUSICALES DE DISTINTOS GÉNEROS Y GENERACIONES.**

**CREACIÓN DE UN HUB DIGITAL DE CULTURA CON INFORMACIÓN DE OFERTA CULTURAL Y ESPACIOS DE INTERCAMBIO Y CREACIÓN PARA ACTORES DE TODAS LAS PROVINCIAS DEL TERRITORIO NACIONAL.**

 **BAJO**

 **CORTO**

 **BAJO**

 **CREADA LA PLATAFORMA DIGITAL CON SUS CONTENIDOS Y ESPACIOS DE INTERCAMBIO Y CREACIÓN.**



## Eje 1

### Fortalecimiento del ecosistema, gobernanza y sostenibilidad

#### 1.5 Fortalecer y multiplicar las oportunidades de trabajo, empleo, emprendimiento y desarrollo para artistas y profesionales de la música

CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA MÚSICA COMO FUENTE DE TRABAJO, DE RIQUEZA, DE IDENTIDAD Y ATRACTIVO TURÍSTICO.



MEDIO



MEDIO/LARGO



ALTO

✓ AL MENOS UNA CAMPAÑA ANTES DEL 2022, SEA DESDE INSTITUCIONES PÚBLICAS Ó SECTOR PRIVADO.

✓ AL MENOS 3 ACCIONES DE INCIDENCIA E INSTALACIÓN DEL TEMA EN LA AGENDA PÚBLICA DURANTE EL 2021.

CREACIÓN DE UNA BOLSA DE TRABAJO Y SERVICIOS PARA CONECTAR EMPRENDIMIENTOS Y PROFESIONALES DEL SECTOR.



MEDIO



MEDIO/LARGO



ALTA

✓ 1 PLATAFORMA DIGITAL ONLINE CREADA PARA INTERCAMBIO DE OFERTA Y DEMANDA DE TRABAJO EN EL SECTOR.

CAMPAÑA DE VISIBILIZACIÓN DE VENUES CON ESPACIO DE MÚSICA EN VIVO Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE EL ROL DE LOS MISMOS Y EL PELIGRO QUE IMPLICA SU DESAPARICIÓN TOTAL O PARCIAL.



MEDIO



MEDIO



MEDIO

✓ 1 CAMPAÑA DE CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES SOBRE LOS ESPACIOS DE MÚSICA EN VIVO EN EL PAÍS.

✓ 1 ENCUESTA SOBRE LAS CARACTERÍSTICAS Y ESTADO DE LOS ESPACIOS DE MÚSICA EN VIVO EN DISTINTOS PUNTOS DEL PAÍS.

✓ AL MENOS 2 ACCIONES DE INCIDENCIA PARA DEBATIR Y PROMOVER LOS ESPACIOS DE MÚSICA EN VIVO.

## Eje 1

### Fortalecimiento del ecosistema, gobernanza y sostenibilidad

#### 1.6 Impulsar la implementación de inversiones, apoyos e incentivos económicos para artistas y emprendimientos del ecosistema, para la creación, presentación, circulación y distribución de música dominicana

##### PROYECTO DE APOYO A LOS PROFESIONALES DEL SECTOR TÉCNICO Y CREW DE CONCIERTOS Y ESPECTÁCULOS.



MEDIO



MEDIO



MEDIO



AL MENOS UNA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE EL ROL Y LA SITUACIÓN DE ESTOS PROFESIONALES.



AL MENOS 3 ACCIONES DE APOYO Y FORTALECIMIENTO AL SECTOR REALIZADAS DURANTE EL 2021: FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN, ASESORÍAS, APOYOS FINANCIEROS, GESTIÓN PARA MEJORAS EN LAS CONDICIONES DE TRABAJO Y DESARROLLO.

##### GESTIÓN DE AYUDAS ECONÓMICAS PARA ARTISTAS Y PYMES DE LA INDUSTRIA DE LA MÚSICA.



ALTO



MEDIO



MEDIO



AL MENOS 3 LÍNEAS O PROGRAMAS DE AYUDA ECONÓMICA PARA LA REACTIVACIÓN DE LA CADENA DE VALOR Y CONSUMO EN LA CREACIÓN, CIRCULACIÓN, EXPORTACIÓN, Y FORTALECIMIENTO PARA ARTISTAS Y PYMES DEL SECTOR.

##### GESTIÓN DE INCENTIVOS PARA LOCALES COMERCIALES, TURÍSTICOS, GASTRONÓMICOS O CULTURALES QUE PROPICIEN LA PRESENTACIÓN DE MÚSICA EN VIVO.



MEDIO



MEDIO/LARGO



ALTO



PROYECTO PRESENTADO, APROBADO Y/O EN PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN PARA EL 2022.


**Eje 1**
**Fortalecimiento del ecosistema, gobernanza y sostenibilidad**
**1.7 Formar y profesionalizar actores del ecosistema en temas de gestión, mercadeo, propiedad intelectual, emprendedurismo, producción técnica y otras áreas vinculadas al desarrollo en la industria**

**DESARROLLO DE CHARLAS, TALLERES, CONVERSATORIOS VINCULADOS A TEMAS QUE FORTALEZCAN LA PROFESIONALIZACIÓN DEL SECTOR.**

 MEDIO

 MEDIO

 BAJO

 **AL MENOS 3 EVENTOS DE ESTE TIPO DESARROLLADOS CADA AÑO ENTRE 2021 Y 2022.**

**CREACIÓN DE UNA LICENCIATURA Y/O MAESTRÍA EN INDUSTRIAS CULTURALES.**

 ALTO

 MEDIO/LARGO

 ALTA


 **PROGRAMA DE FORMACIÓN A NIVEL DE MAESTRÍA Y/O LICENCIATURA CREADO EN EL PAÍS ANTES DE 2024.**

**DESARROLLO DE UN SEMINARIO INTERNACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA MÚSICA.**

 MEDIO

 CORTO/ MEDIO

 ALTO


 **AL MENOS UN EVENTO INTERNACIONAL PARA ANTES DEL 2022 CON PARTICIPACIÓN DE ENTIDADES PÚBLICAS, PRIVADAS Y DE COOPERACIÓN.**

**PROGRAMA DE FORMACIÓN EN PLANES DE NEGOCIO, MERCADEO Y ADMINISTRACIÓN PARA ARTISTAS Y PROFESIONALES DEL SECTOR.**

 MEDIO

 CORTO/ MEDIO

 BAJO


 **AL MENOS 3 INSTANCIAS DE FORMACIÓN ADAPTADAS AL SECTOR OFRECIDAS POR ENTIDADES PÚBLICAS COMPETENTES DURANTE EL 2021/22. ENTIDADES PÚBLICAS, PRIVADAS Y DE COOPERACIÓN.**

**PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DE PERSONAL TÉCNICO PARA MÚSICA EN VIVO Y PRODUCCIONES FONOGRAFICAS: SONIDO EN VIVO, INGENIERÍA DE SONIDO DE ESTUDIO, ILUMINACIÓN, ESCENOGRAFÍA, VESTUARIO, ENTRE OTROS.**

 MEDIO

 MEDIO/ LARGO

 MEDIO


 **IMPLEMENTADO PARA EL 2023 O ANTES AL MENOS 1 PROGRAMA INTEGRAL CON DIVERSAS OFERTAS DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN ESPECIALIZADA EN DISTINTAS ÁREAS, OFRECIDO POR ENTIDADES PÚBLICAS CON RECONOCIMIENTO OFICIAL.**

**FORMACIÓN EN DISTRIBUCIÓN DIGITAL DE MÚSICA.**

 BAJO

 CORTO

 BAJO


 **AL MENOS 3 INSTANCIAS DE FORMACIÓN EN DISTRIBUCIÓN DIGITAL DE MÚSICA REALIZADAS DURANTE EL 2021.**

**ELABORACIÓN DE GUÍA CON RECOMENDACIONES PARA LA PRODUCCIÓN DE EXPERIENCIAS MUSICALES EN VIVO.**

 BAJO

 CORTO/ MEDIO

 BAJO


 **UNA GUÍA PUBLICADA EN FORMATO DIGITAL O IMPRESO CON APORTES DE AL MENOS 10 PERSONAS EXPERTAS EN EL ÁREA PARA FINALES DEL 2021.**

**CAPACITACIÓN EN PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE AUTOR.**

 BAJO

 CORTO

 BAJO

 **AL MENOS 2 CAPACITACIONES EN MATERIA DE PROPIEDAD INTELECTUAL Y 2 EN DERECHOS DE AUTOR PARA EL 2021.**

## Eje 2

# Promoción de la educación musical y la formación de públicos

### OBJETIVOS

PROYECTOS/  
PROPUESTAS DE ACCIÓN


**2.1 Impulsar la ampliación y mejora de la formación musical para la ciudadanía en general y músicos en formación en lo particular**

**FORMACIÓN MUSICAL EN CENTROS COMUNITARIOS Y CASAS DE CULTURA DEL TERRITORIO NACIONAL**

 ALTO

 LARGO

 ALTO


 AL MENOS 1 CENTRO COMUNITARIO O CASA DE CULTURA OFRECIENDO FORMACIÓN MUSICAL EN CADA PROVINCIA DEL PAÍS.

**DESARROLLO DE PROPUESTAS PARA LA INCLUSIÓN Y MEJORA DE LA FORMACIÓN MUSICAL EN CENTROS EDUCATIVOS PÚBLICOS Y PRIVADOS.**

 ALTO

 CORTO/MEDIANO

 MEDIO/ ALTO


 AL MENOS 3 INSTANCIAS DE DEBATE, REFLEXIÓN Y REDACCIÓN DE PROPUESTAS, CON PARTICIPACIÓN DE DIVERSOS ACTORES DEL SECTOR CULTURAL Y EDUCATIVO AL 2022.


**DESARROLLO Y GESTIÓN DE BECAS ARTÍSTICAS, RESIDENCIAS E INTERCAMBIOS PARA JÓVENES TALENTOS.**

 MEDIO

 CORTO/MEDIANO

 MEDIO

 50 ESTUDIANTES Y ARTISTAS BECADOS PARA REALIZAR ESTUDIOS O RESIDENCIAS ARTÍSTICAS FUERA DEL PAÍS PARA EL 2024.

 AL MENOS 2 PROYECTOS DE INTERCAMBIOS CON ESTUDIANTES Y DOCENTES EXTRANJEROS REALIZANDO FORMACIÓN, CREACIÓN Y RESIDENCIAS CON ESTUDIANTES EN EL PAÍS.

## Eje 2

### Promoción de la educación musical y la formación de públicos


## 2.2 Promover e incentivar la apreciación musical, el acceso a diversidad de propuestas musicales y la creación de hábitos de consumo de música local


### FORMACIÓN PARA LA APRECIACIÓN MUSICAL PARA LA CIUDADANÍA A TRAVÉS DE TALLERES Y PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN.

 MEDIO

 LARGO

 MEDIO

 AL MENOS 1 TALLER DE APRECIACIÓN MUSICAL REALIZADO EN CADA PROVINCIA DEL PAÍS DURANTE EL 2021/22.

 AL MENOS UNA SERIE DE CONTENIDOS PARA LA APRECIACIÓN MUSICAL REALIZADA Y DIFUNDIR POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICO.


 AL MENOS UNA SERIE DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES PARA LA APRECIACIÓN MUSICAL DIFUNDIR VÍA REDES SOCIALES.

### REALIZACIÓN DE CONCIERTOS DIDÁCTICOS EN ESPACIOS COMUNITARIOS PARA PÚBLICO INFANTIL, JUVENIL Y ADULTO.

 MEDIO

 CORTO/ MEDIO

 MEDIO


 AL MENOS 20 CONCIERTOS CON PERFIL DIDÁCTICO PARA TODA LA FAMILIA REALIZADO EN ESPACIOS COMUNITARIOS EN DISTINTOS PUNTOS DEL PAÍS DURANTE EL 2021.


### CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE UN CALENDARIO ARTÍSTICO MUSICAL EN LA POBLACIÓN UNIVERSITARIA.

 BAJO

 CORTO/ MEDIO

 MEDIO

 ELABORADO UN PRODUCTO COMUNICACIONAL CON UN CALENDARIO ARTÍSTICO MUSICAL.


 PRESENTACIÓN Y DIFUSIÓN DEL CALENDARIO EN AL MENOS 3 UNIVERSIDADES EN AL MENOS 2 PROVINCIAS DURANTE EL 2021.

### IMPULSO AL DESARROLLO DE PROPUESTAS MUSICALES AUTÓCTONAS PARA NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES.

 MEDIO

 MEDIO

 MEDIO


 AL MENOS 2 PROYECTOS ARTÍSTICOS CON MÚSICAS AUTÓCTONAS ORIENTADAS A NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES DESARROLLAN PRESENTACIONES, GRABACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA MÚSICA ENTRE 2021 Y 2022.


### CREACIÓN DE UN PROGRAMA DE BENEFICIOS E INCENTIVOS AL CONSUMO DE MÚSICA LOCAL PARA ESTUDIANTES DE TODOS LOS NIVELES.

 MEDIO

 MEDIO

 MEDIO

 ARTICULADO UN CATÁLOGO CON BENEFICIOS PARA EL CONSUMO CULTURAL DE ESTUDIANTES (DESCUENTOS, PROMOCIONES, INCENTIVOS, SORTEOS).


 DESARROLLADO Y DIFUNDIR UN MECANISMO DE APLICACIÓN DE ESOS BENEFICIOS (TARJETA CULTURAL, APP DIGITAL).

### GESTIÓN DE INCENTIVOS PARA EL DESARROLLO DE INVESTIGACIONES SOBRE MÚSICA Y EL SECTOR MUSICAL.

 MEDIO

 MEDIO

 BAJO

 ELABORADA Y PRESENTADAS A DISTINTAS INSTITUCIONES AL MENOS 2 PROPUESTAS DE INVESTIGACIÓN Y PUBLICACIÓN SOBRE EL SECTOR DURANTE EL 2021.



## Eje 3

# Desarrollo de políticas públicas y legislación

Es importante aclarar que el abordaje para establecer objetivos y hacer propuestas en este eje está planteado desde la perspectiva de los actores del ecosistema en diálogo con el Estado, como mecanismos de incidencia y participación. Son ideas con orientaciones para el involucramiento ciudadano y como agentes de la cadena de valor de la música hacia las políticas públicas. Es tarea de quienes formamos parte del ecosistema realizar acciones para exigir políticas y dialogar con las instituciones. Es tarea de las instituciones y sus autoridades acoger e interpretar estas demandas y traducirlas en políticas culturales, así como ejecutar las acciones que de ellas se derivan.

## OBJETIVOS

PROYECTOS/  
PROPUESTAS DE ACCIÓN

### 3.1 Generar propuestas de nuevas legislaciones de importancia para el sector

CREACIÓN DE MESA DE TRABAJO PARA EL DESARROLLO DE PROPUESTAS DE LEY PARA EL FOMENTO DE LA MÚSICA, LA PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO MUSICAL DOMINICANO Y LA DIFUSIÓN DE MÚSICA LOCAL EN TODA ACTIVIDAD ARTÍSTICA, DE ENTRETENIMIENTO Y MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN.


SOLICITUD DE DECLARACIÓN DE EMERGENCIA CULTURAL Y DEMANDA DE UN PLAN DE RESCATE Y REACTIVACIÓN DE LA ACTIVIDAD CULTURAL PARA EL AÑO 2021/22.


CAMPAÑA DE SEGUIMIENTO Y DIFUSIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA LEY DE MECENAZGO.

 BAJO

 CORTO

 MEDIO


 SE LOGRA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA LEY DURANTE EL 2021 GRACIAS A LA PRESIÓN E INCIDENCIA DEL SECTOR.


 AL MENOS 3 ACCIONES DE DIFUSIÓN SOBRE LOS ALCANCES, MECANISMOS Y REQUISITOS PARA SER BENEFICIARIO.

 BAJO

 MEDIO

 ALTO


 MESA DE TRABAJO CONFORMADA POR DIVERSIDAD DE ACTORES CON LA PARTICIPACIÓN DE INSTITUCIONES, REPRESENTANTES, ARTISTAS Y AGENTES DE LA CADENA DE VALOR PARA EL 2021.

 AL MENOS 4 ENCUENTROS DESARROLLADOS DURANTE EL 2021 Y 2022.

 BAJO

 CORTO/ MEDIO

 MEDIO

 SOMETIDA AL MENOS 1 SOLICITUD AL MINISTERIO DE CULTURA CON LA PROPUESTA Y DAR SEGUIMIENTO A SU RESPUESTA.

 AL MENOS 2 REUNIONES CON REPRESENTANTES DEL CONGRESO PARA INSERTAR LA DEMANDA EN LA AGENDA.

### Eje 3

Desarrollo de políticas públicas y legislación

## 3.2 Demandar la implementación de políticas culturales efectivas para el desarrollo de la música

**DEMANDA DE GENERACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA EMPRENDIMIENTOS EN LA MÚSICA Y FOMENTO A LA CREACIÓN.**

 MEDIO

 MEDIO

 MEDIO

✓ **AL MENOS UN DOCUMENTO CONSENSUADO Y PRESENTADO CON SOLICITUD DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO A DIVERSAS ENTIDADES Y PROPUESTAS PARA EL ACCESO A FONDOS Y EL INCENTIVO A LA CREACIÓN.**

✓ **DEMANDAS DIALOGADAS CON LAS ENTIDADES Y LOGRADO EL COMPROMISO DE ATENCIÓN A LAS MISMAS.**

**IMPULSO A LA INTEGRACIÓN DE REPÚBLICA DOMINICANA A PROGRAMAS REGIONALES DE FOMENTO Y CIRCULACIÓN DE LA MÚSICA COMO IBERMÚSICAS.**

 BAJO

 CORTO

 MEDIO

✓ **PRESENTADA Y DIFUNDIR UNA CARTA DE SOLICITUD AL MINISTERIO DE CULTURA Y LA OEI PARA ABOGAR POR LA PRONTA INTEGRACIÓN DEL PAÍS AL PROGRAMA IBERMÚSICAS Y OTROS SIMILARES.**

**CAMPAÑA DE INCIDENCIA PARA EL CUMPLIMIENTO DEL PLAN DE ACCIÓN EN TORNO A LA DECLARACIÓN DE SANTO DOMINGO CIUDAD CREATIVA DE LA MÚSICA.**

 BAJO

 CORTO/ MEDIO

 MEDIO

✓ **REALIZADOS Y DIFUNDIDOS CONTENIDOS DE COMUNICACIÓN SOBRE BENEFICIOS Y LOGROS DE OTRAS CIUDADES CREATIVAS DE LA MÚSICA DE LA RED UNESCO.**

✓ **DESARROLLADO UN DIÁLOGO PÚBLICO CON REPRESENTANTES DEL SECTOR DE OTRAS CIUDADES CREATIVAS DE LA MÚSICA.**

✓ **PRESENTADA UNA SOLICITUD A LOS AYUNTAMIENTOS PARTE Y AL MINISTERIO DE CULTURA PARA LA DIFUSIÓN PÚBLICA DEL PLAN DE ACCIÓN DE 5 AÑOS EN TORNO A LA DECLARACIÓN DE SANTO DOMINGO CIUDAD CREATIVA DE LA MÚSICA.**

**DESARROLLO DE PROPUESTAS DE PROGRAMAS RADIALES Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES PARA LA APRECIACIÓN Y CONSUMO DE DIVERSIDAD MUSICAL EN LOS MEDIOS PÚBLICOS (RTVD).**

 MEDIO

 MEDIO

 BAJO

✓ **IMPLEMENTADO AL MENOS 5 NUEVOS PROGRAMAS DE RADIO CON ESTE PERFIL EN MEDIOS ESTATALES.**

✓ **DESARROLLADOS Y DIFUNDIDOS EN LA TELEVISIÓN ESTATAL AL MENOS UNA SERIE DE 12 CONTENIDOS AUDIOVISUALES CON PRESENTACIONES MUSICALES, ENTREVISTAS E INFORMACIÓN.**

**PROPUESTA DE REDUCCIÓN DE ARANCELES EN IMPORTACIÓN Y COMPRA DE INSTRUMENTOS MUSICALES Y EQUIPOS DESTINADOS A LA REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES CULTURALES.**

 BAJO

 CORTO

 MEDIO

✓ **SOMETIDA AL MENOS 1 SOLICITUD AL MINISTERIO DE CULTURA Y AL MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO Y MIPYMES Y DAR SEGUIMIENTO A SU RESPUESTA DURANTE EL 2021 Y 2022.**

**PROPUESTAS PARA LA EXPORTACIÓN Y CIRCULACIÓN DE MÚSICA DOMINICANA EMERGENTE EN NUEVOS MERCADOS, PRESENCIA EN FERIAS Y CONVENCIONES.**

 MEDIO

 MEDIO

 ALTO

✓ **SOLICITADO Y LOGRADO EL COMPROMISO PARA APOYAR LA PARTICIPACIÓN DOMINICANA EN MERCADOS, FERIAS Y CONVENCIONES.**

✓ **ELABORADA Y PRESENTADA UNA PROPUESTA PARA REALIZAR UN PRIMER MERCADO DE MÚSICAS EN EL PAÍS CON INVITACIÓN A COMPRADORES INTERNACIONALES.**

✓ **ESTABLECIDO UN DIÁLOGO CON INSTITUCIONES INCUMBENTES PARA LA CREACIÓN DE CONDICIONES PARA LA EXPORTACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS DEL SECTOR (COMERCIO, CANCELLERÍA, ADUANAS, TURISMO).**

## Eje 1

### Fortalecimiento del ecosistema, gobernanza y sostenibilidad

## 3.3 Impulsar espacios de diálogo permanente con el Estado en todos sus niveles y poderes

### CREACIÓN DE UNA MESA DE DIÁLOGO PERMANENTE CON INCUMBENTES DEL MINISTERIO DE CULTURA Y OTRAS DEPENDENCIAS CON RESPONSABILIDADES PARA EL SECTOR

 BAJO

 MEDIO

 MEDIO/ ALTA

✓ PRESENTADA UNA SOLICITUD AL MINISTERIO DE CULTURA PARA LA DESIGNACIÓN DE INTERLOCUTORES FIJOS CON IDONEIDAD EN EL ÁREA Y PODER DE DECISIÓN PARA ARTICULAR CON EL SECTOR DE LA MÚSICA.

✓ REALIZADA UNA CONVOCATORIA A REUNIÓN CON ESTOS INTERLOCUTORES Y DIVERSOS AGENTES DEL SECTOR AL MENOS 2 VECES PARA LA REACTIVACIÓN DEL SECTOR EN EL PRIMER SEMESTRE DEL 2021



# Eje 4

## Promoción y difusión de los artistas y del ecosistema

### OBJETIVOS

PROYECTOS/  
PROPUESTAS DE ACCIÓN


#### 4.1 Difundir la creación y producción musical dominicana a nivel local, nacional e internacional

**PUBLICACIÓN DE UN CALENDARIO ANUAL DE ACTIVIDADES DE MÚSICA EN VIVO**

 BAJO

 CORTO/MEDIANO

 BAJO


 **UN CALENDARIO PARA EL 2021 CON ACCESO PÚBLICO, MODIFICABLE Y QUE ABARQUE DIVERSIDAD DE GÉNEROS**

**DESARROLLO DE NUEVOS ESPACIOS DE DIFUSIÓN MUSICAL Y PROGRAMAS DE TV/RADIO ESPECIALIZADOS PARA NUEVAS MÚSICAS.**

 MEDIO

 MEDIANO

 MEDIO


 **AL MENOS 10 NUEVOS PROGRAMAS DE DIFUSIÓN Y CRÍTICA ESPECIALIZADA DE DIVERSAS MÚSICAS SE PRODUCEN EN DIFERENTES MEDIOS MASIVOS DURANTE EL 2021.**

**DIFUSIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DEL MAPEO DEL ECOSISTEMA DE LA MÚSICA, EL DIRECTORIO DE ACTORES DE LA CADENA DE VALOR Y UN CATÁLOGO DE BANDAS Y ARTISTAS.**

 BAJO

 CORTO

 MEDIO

 **REALIZADO AL MENOS 1 EVENTO PÚBLICO Y/Ó DE MEDIOS PARA COMUNICAR SOBRE EL MAPEO.**

 **DISPONER DE AL MENOS UN LINK Ó WEB DONDE SE PUEDA ACCEDER A LA INFORMACIÓN.**


 **AL MENOS 3 PUBLICACIONES O MENCIONES EN MEDIOS FUERA DEL PAÍS.**


**IMPULSO A LA DIFUSIÓN SOSTENIDA DE MÚSICA LOCAL DIVERSA EN LAS EMISORAS DOMINICANAS.**


 BAJO

 MEDIO

 ALTO

 **AL MENOS 2 REUNIONES REALIZADAS CON LA ASOCIACIÓN DOMINICANA DE RADIODIFUSORAS.**

 **AL MENOS 2 REUNIONES REALIZADAS CON LA COMISIÓN NACIONAL DE ESPECTÁCULOS PÚBLICOS Y RADIOFONÍA.**


 **UNA PROPUESTA DE ACCIÓN ELABORADA Y CONSENSUADA CON LAS SOCIEDADES DE GESTIÓN COLECTIVA DE DERECHOS PARA EL IMPULSO A LA DIFUSIÓN DE MÚSICA LOCAL DIVERSA ENTRE 2021 Y 2022.**


**PROGRAMA DE REGISTRO AUDIOVISUAL DE SHOWS EN VIVO PARA LA TRANSMISIÓN VÍA STREAMING Y POR TELEVISIÓN PÚBLICA.**


 ALTO

 CORTO/ MEDIANO

 MEDIO

 **ELABORADA Y PRESENTADA UNA PROPUESTA A LA DGCINE PARA EL REGISTRO DE PRESENTACIONES MUSICALES Y LA CREACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES SOBRE MÚSICA DOMINICANA EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL 2021.**

 **REGISTRADOS EN FORMATO AUDIOVISUAL AL MENOS 20 PRESENTACIONES DE ARTISTAS DE DISTINTOS GÉNEROS.**

 **PRESENTADA Y COMPROMETIDA UNA PROPUESTA DE DIFUSIÓN EN LA TELEVISIÓN PÚBLICA DE ESPECTÁCULOS MUSICALES DE DISTINTOS ARTISTAS DE DIVERSOS GÉNEROS.**

## Eje 4

### Promoción y difusión de los artistas y del ecosistema

#### 4.2 Impulsar la reflexión, investigación y puesta en valor de la creación musical dominicana

##### PROGRAMA DE FORMACIÓN EN PERIODISMO Y CRÍTICA DE MÚSICA.

 MEDIO

 MEDIO

 MEDIO

✓ AL MENOS UN PROGRAMA DE FORMACIÓN A NIVEL DE CURSO DE ESPECIALIZACIÓN DESARROLLADO POR ALGUNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR.

✓ AL MENOS 2 TALLERES DE PERIODISMO Y CRÍTICA DE MÚSICA REALIZADOS DURANTE EL 2021.

##### ALIANZA CON ASOCIACIÓN DE CRONISTAS DE ARTE DE REPÚBLICA DOMINICANA PARA LA DIFUSIÓN DE LA MÚSICA LOCAL.

 BAJO

 CORTO/ MEDIO

 MEDIO

✓ CONVOCADA Y REALIZADA UNA REUNIÓN CON ACROARTE Y PARTICIPACIÓN DE DIVERSOS AGENTES DEL SECTOR REPRESENTATIVOS DE DISTINTOS GÉNEROS.

✓ CONSENSUADO UN DOCUMENTO DE COMPROMISO CON ACROARTE PARA LA DIFUSIÓN, CRÍTICA Y DESARROLLO DE LAS MÚSICAS LOCALES.

##### CONCURSO PARA LA GRABACIÓN Y DIFUSIÓN DE DISCOS.

 MEDIO

 MEDIO

 BAJO

✓ AL MENOS 1 CONCURSO REALIZADO Y AL MENOS 3 DISCOS GRABADOS Y DIFUNDIDOS ENTRE EL 2021 Y 2022.

##### CREACIÓN DE NUEVOS Y DIVERSOS PREMIOS NACIONALES DE MÚSICA, CONCURSOS DE CREACIÓN Y OTRAS INSTANCIAS DE FOMENTO, PUESTA EN VALOR Y LEGITIMACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LAS INSTANCIAS EXISTENTES.

 ALTO

 CORTO/ MEDIO

 MEDIO

✓ CREADO, REALIZADO Y DIFUNDIDO AL MENOS UN NUEVO PREMIO NACIONAL DE MÚSICA CON DIVERSIDAD DE CATEGORÍAS, TRANSPARENCIA Y LEGITIMIDAD POR LA IDONEIDAD DE SUS JURADOS Y ORGANIZADORES, A INICIOS DEL 2022.

✓ AL MENOS UNA SOLICITUD PARA EL RECONOCIMIENTO DEL MINISTERIO DE CULTURA A LA TRAYECTORIA DE ARTISTAS RELEVANTES DE DISTINTOS GÉNEROS.

✓ DIFUSIÓN INTERNACIONAL DE LOS PREMIOS VINCULADOS A LA MÚSICA EXISTENTES EN EL PAÍS.

✓ REACTIVADOS Y FORTALECIDOS LOS PREMIOS SOBERANO.

## Eje 4

### Promoción y difusión de los artistas y del ecosistema

#### 4.3 Participar en espacios de promoción, circulación y exportación de música, tanto nacionales como internacionales

CREACIÓN DE UNA FERIA Y MERCADO DE MÚSICA CON RUEDAS DE NEGOCIOS Y NETWORKING PARA CONECTAR ARTISTAS CON PRODUCTORES, PROGRAMADORES DE CONCIERTOS, MARCAS E INSTITUCIONES, LOCALES Y REGIONALES.



MEDIO



MEDIO



MEDIO

✓ AL MENOS 1 EVENTO REALIZADO CON AL MENOS 100 PARTICIPANTES ENTRE 2021 Y 2022 CON PRESENCIA DE AGENTES NACIONALES E INTERNACIONALES.

DESARROLLO DE UNA RUTA MUSICAL DE COLMADOS Y OTROS ESPACIOS ALTERNATIVOS.



MEDIO



MEDIO



MEDIO

✓ DOS RUTAS ESTABLECIDAS EN DOS CIUDADES PRINCIPALES CON LA PARTICIPACIÓN DE AL MENOS 6 COLMADOS Y 6 ARTISTAS EN CADA UNA.

PROGRAMA DE CIRCULACIÓN NACIONAL DE MÚSICA EMERGENTE.



ALTO



MEDIO/ LARGO



MEDIO

✓ PROGRAMA ESTABLECIDO PARA EL 2022 Ó ANTES DONDE PARTICIPEN AL MENOS 20 PROYECTOS EMERGENTES EN AL MENOS 8 PROVINCIAS DIFERENTES.

ARTICULACIÓN SECTORIAL PARA INCIDIR EN LA PRESENCIA DE ARTISTAS Y DEL CATÁLOGO DE MÚSICA DOMINICANA EN EVENTOS DE PROMOCIÓN DEL PAÍS EN EL EXTERIOR.



BAJO



MEDIO



MEDIO/ ALTO

✓ ENTREGADO UN CATÁLOGO CONSENSUADO CON DIVERSIDAD DE ARTISTAS DE DISTINTOS GÉNEROS EN BASE A CRITERIOS DE PERTINENCIA, CALIDAD Y NIVEL DE PROFESIONALIDAD ACORDADOS PREVIAMENTE INCLUYENDO UNA SOLICITUD DE TRANSPARENCIA DE CRITERIOS DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE ARTISTAS PARA ESTOS EVENTOS.

✓ AL MENOS DOS ARTISTAS DE ESTE CATÁLOGO SELECCIONADOS PARA PROMOCIONES DEL PAÍS PARA EL 2021/22.

PRODUCCIÓN DE FESTIVALES DE DIVERSIDAD DE MÚSICA EN EL TERRITORIO NACIONAL.



MEDIO/ ALTO



MEDIO/ LARGO



ALTO

✓ 12 FESTIVALES ANUALES EN AL MENOS 5 PROVINCIAS ESTABLECIDOS PARA EL 2022.



# conclusión

Publicar este mapeo, a riesgo de ensayo y error, es un punto de encuentro en un tiempo donde un hito histórico nos enfrenta a la crisis que ocasiona la pausa inevitable. Para quienes estamos acostumbrados a habitar el viaje del sonido en el tiempo y el espacio, la pausa nos aleja de nuestra zona de confort. Sin embargo es un momento oportuno para pensarnos y ensayar ensamblados el jamming en el que queremos continuar vibrando.

Este mapeo no es el punto de partida, no constituye la invención del ecosistema

de la música dominicana, que existe previamente, es más bien una foto. Una partitura para leerlo, que aún no está completa. Lo sabemos. Es altamente probable que estén faltando muchos datos. Insistimos entonces en comprender este documento como fruto de un ejercicio en proceso al cual continuar robusteciendo. Y otorgarle el valor que merece, derivado de la potencia de un esfuerzo en equipo, colaborativo, desinteresado, bien intencionado. Cuánto poder en la reflexión colectiva. El resultado nos muestra un mapa con fuerza y oportunidad de crecimiento. En todas las categorías y subcategorías hay potencia para el desarrollo. Sin embargo caben algunos señalamientos. Recolectar y verificar actores fue una tarea ardua. Queda en evidencia la importancia de disponibilizar información aprovechando las nuevas tecnologías, plataformas digitales y redes sociales. No podemos sin embargo esperar que esto ocurra simplemente como resultado de un esfuerzo individual. La profesionalización en general y la presencia y visibilidad digital

de los actores del ecosistema, en particular, no pueden abandonarse a la posibilidad individual de cada quien. Fue más complejo encontrar información de actores de todo el territorio nacional que de la capital y los grandes centros urbanos, asimismo con los talentos artísticos verificar y ubicar algunos proyectos de algunos géneros fue más sencillo que otros.

Hay desigualdades sociales, acceso a recursos y brechas digitales que impactan en este sentido. Dinamizar la formalización, la visibilidad y la presencia digital para aportar en la conservación y no condenar a la opacidad, es otra tarea colectiva.

Alineada a la observación anterior queda la necesidad y posibilidad de georreferenciar los actores de cada categoría y subcategoría para una comprensión territorial del mapeo realizado. A su vez, es importante abordar algún censo y encuesta de artistas músicos, ejecutantes e intérpretes, que refleje la cantidad y situación de artistas de la música. Este mapeo



menciona como actores en la categoría talento humano artístico, específicamente a proyectos con identidad y actividad propia en la cadena de valor, pero no a todos sus participantes. Por otra parte se confirma el desequilibrio entre la zona de riesgo (creación, desarrollo, producción) y la zona de comercialización y capitalización donde se captura el valor que permite la sostenibilidad de los actores del ecosistema. Proporcionalmente se ve un claro déficit en actores que puedan colocar, distribuir, mercadear, exportar, expandir, la creación resultado de tantos talentos artísticos. Ese déficit se sostiene en la categoría de instituciones educativas, con un claro desequilibrio en la formación para la gestión y desarrollo y una gran preponderancia de la formación musical con enfoque en la creación y ejecución.

De este hallazgo surge el énfasis en las propuestas para la formación en áreas de gestión, investigación, crítica especializada,

industrias creativas. El acercamiento a conocer la conformación del ecosistema de la música, abre a su vez la oportunidad de indagar más profundamente tanto con métodos cualitativos como cuantitativos en algunas categorías y subcategorías de actores.

Por ejemplo, sería de gran utilidad conocer las características, el estado, necesidades y posibilidades que tienen los venues o espacios de presentación de música en vivo. Estudiar públicos y consumos de música. Investigar las fortalezas y debilidades que tienen los actores vinculados a la difusión, analizando las narrativas que construyen alrededor de la música y cómo esto configura gustos e identidades. Solo son algunas de las puertas que es necesario explorar para mejorar la toma de decisiones y para facilitar y fortalecer la creación y circulación permanente de las músicas dominicanas. La necesidad e importancia de generar encuentro, asociación, acción colectiva,

estuvo presente en todo el proceso. Al momento de construir el mapa, diagnosticar y proponer y por tanto quedó reflejado en el resultado. Este documento cumplirá su función entonces si se lee también como una invitación a participar. Un llamado al compromiso individual hacia el enorme desafío de la acción colectiva. Ese reto de asumir el esfuerzo y enfrentar el caos que implica organizarse en pos del bien común. Escucharnos toma tiempo, trabajo constante y energía.

Estamos aquí y tenemos desde dónde continuar. Esa fiesta en la playita donde cabemos todos, con las bocinas prendidas y con el sol vibrando al ritmo del Caribe. Habitando el paraíso, la música siempre es un buen plan.

Quisimos vernos para entendernos, imaginar para caminar, soñar es nuestro pulso de energía para la acción. Esa acción que suena y resuena. Es vital encontrarnos de manera permanente en ese, el único territorio concreto posible:

**el del hacer.**

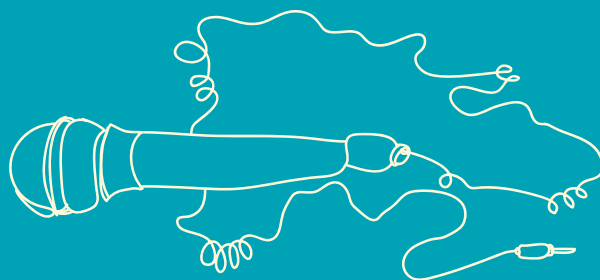
“

**Se alegra en  
un mar de olas  
Y le dice a la amapola  
Que espera  
su cariñito  
Como la güira  
espera tambora  
Que todo tiene  
su hora  
Debajo del sol naciente**

”

**Todo tiene su hora, Juan Luis Guerra**

## ECOSISTEMA DE LA MÚSICA DOMINICANA 2020



DOCUMENTO COLECTIVO RESULTADO  
DEL SEMINARIO CARIBE EMERGENTE III EDICIÓN

**ACERCA Programa de Capacitación para el Desarrollo del Sector Cultural  
de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)  
Centro Cultural de España**

**Santo Domingo, agosto 2020**