



Ganar dinero con la música digital

Una introducción a la nueva industria musical para músicos independientes

Las cosas cambian con rapidez en el mundo de la música actual. Gracias a internet, conceptos que parecían fundamentales hace diez años han dado un giro. Esta guía tiene como objetivo proporcionarte a ti –el artista sin discográfica– una vista panorámica del paisaje de la música digital, y explicarte de qué manera puedes hacer dinero (y una carrera) con tu música online.

Y créenos, hay mucho dinero que ganar con la música digital. Aquí tienes una pequeña muestra:

- Juntos, las descargas y el streaming forman la principal fuente de ingresos para la música grabada en todo el mundo (contabilizan más del 50% del total del mercado de la música grabada en 19 países)
- La rápida adopción en todo el mundo de las plataformas de streaming ha más que compensando la caída de las ventas de descargas y CDs, siendo Latinoamérica la región de más rápido crecimiento en la industria musical actual, con una subida de los ingresos de casi el 12% en 2015 gracias a la adopción del streaming. Ese mismo año, la actividad del streaming en Latinoamérica alcanzó los \$192.5 millones (USD), y Mexico se convirtió en uno de los 5 mercados más importantes de Spotify.
- Apple Music, en sus primeros 9 meses, llegó a los 13 millones de suscriptores de pago. Spotify ya supera los 30 millones de suscripciones de pago. Ambas cifras continuarán creciendo rápidamente.
- La monetización en YouTube se ha convertido en una parte importante de los ingresos totales de un artista. CD Baby pronto habrá pagado más de \$10 millones a artistas independientes como tú en concepto de ingresos publicitarios en YouTube.

Por tanto, el mercado de la música digital existe. ¿Pero cómo entras en él? Empecemos con algunos conceptos importantes...

Piensa en ti como músico Y emprendedor

Diferentes sueños: las ventajas de la independencia

Es un sueño del siglo XX: pide un deseo, consigue un contrato discográfico, hazte rico ganando unos centavos de cada dólar (mientras tu compañía discográfica se embolsa el resto) ...

Quedan lejos los días en que necesitabas un contrato discográfico para crear una base de fans lo suficientemente grande para sostener tu carrera musical. Quedan lejos los días en que un sello discográfico gestionaba toda tu carrera musical. Ahora los grandes sellos esperan que los artistas que contratan se muevan, hagan crecer su base de seguidores por email y redes sociales, que piensen cómo hacer un tour de éxito, que vendan merchandising, y además, ante todo, sean capaces de tirar del carro de su capacidad





creativa. Si tu objetivo final es conseguir un contrato discográfico, de todas formas, tendrás que pasar la prueba en todas estas áreas, porque los sellos no están dando demasiadas oportunidades hoy en día.

Pero si ya estás construyendo tu carrera de esta forma, ¿por qué no continuar gestionándola independientemente y cosechar tú la recompensa económica?

Cuando eliminas a los intermediarios tradicionales y te haces cargo de tu propia carrera, puedes:

- ganar más dinero por cada venta
- tomar tus propias decisiones empresariales, basadas en lo que es mejor PARA TI conservar el control creativo total de tu música
- ser el dueño de tu relación con tus fans y comunicarte con ellos directamente
- ser el líder de un equipo (manager, publicista, agente de contratación, etc.) que trabaja de acuerdo con tu presupuesto, en vez de tener un sello sumando cosas que no necesitas y luego pasándote esos costes a ti.

Así que no te quedes esperando a obtener un contrato con una discográfica, toma el mando y haz que llegue tu propio éxito.

Diferentes caminos hacia el éxito

Otra cosa que la internet ha permitido a los artistas es la capacidad de redefinir incluso qué significa el éxito.

Para algunos, podría significar hacer solamente discos de vinilo, venderlos directamente a los fans en conciertos privados, salir de gira con un presupuesto ajustado, y llevar una vida de clase media en la carretera.

Para otros puede significar ganar todos sus ingresos sin salir de casa, centrándose en licencias de sincronización y vídeos de YouTube en lugar de conciertos en vivo.

Y aun para otros, puede ser alguna combinación de recursos variados: conciertos, descargas, streaming, regalías editoriales, venta de álbumes, etcétera.

No hay una ÚNICA manera de tener éxito, y no hay una ÚNICA manera de definirlo. Es algo que tienes que definir tú mismo.

Dicho esto, esta guía pretende cubrir las áreas principales en las que muchos artistas independientes contemplan hoy el éxito de su música en plataformas digitales.



Diferentes “guardianes de la puerta” de tu éxito

Un “guardián” en este caso es alguien de la industria musical que tiene la llave de tu éxito. Sí, el éxito es posible sin un sello, pero no estamos diciendo que ya no existan esos guardianes de esa puerta al éxito. Existen. Es solo que esas personas importantes ya no son los representantes y ejecutivos de los sellos discográficos. Y los guardianes actuales de la puerta al éxito no están protegidos por una muralla frente a los artistas que no tienen contrato con un sello.

¿Quiénes son estos nuevos “guardianes”? Incluyen:

- bloggers de alto nivel que pueden hacer correr la voz sobre tu música creadores de playlists populares de Spotify
- supervisores musicales que pueden incluir tus canciones en películas y producciones de TV, y hacerte ganar mucho dinero con los ingresos de las licencias de sincronización
- cazatalentos de salas y festivales populares
- Presentadores influyentes de programas de radio y de servicios de radio online como Beats 1 y muchos más

Puede no ser FÁCIL impresionar a toda la gente mencionada, pero el punto importante aquí es que es posible. Hoy día, a menudo puedes comunicarte directamente con estas personas, mientras que, en décadas anteriores, no tendrías la oportunidad de llamar su atención sin el apoyo de un sello discográfico.

Independencia significa rapidez: controlar tus derechos para ser más ágil

Una vez más gracias a internet, muchos de los “guardianes” mencionados anteriormente no solo están abiertos a trabajar con artistas sin discográfica, sino que a menudo LO PREFIEREN. Esto es porque, como artista independiente, se supone que posees todos los derechos sobre tu música y tienes bajo control todas las obligaciones actuales de tu carrera musical, así que puedes tomar decisiones rápidas.

No necesitas hacer un montón de llamadas telefónicas y conseguir permisos de otras partes. ¡Sencillamente di que sí al concierto! ¡Decide que usen tu canción! ¡Acuerda el estreno en un blog!

¿Qué derechos?

Derechos de la grabación original: Si has financiado tu álbum o sencillo, TÚ eres el sello discográfico. TÚ posees el máster de la grabación y puedes autorizar o denegar el uso de esa grabación en anuncios,





videojuegos, programas de TV, películas, vídeos online, y demás. También puedes conceder o denegar a la gente el derecho a usar un sample de tu canción en su propia música.

Con los programas de CD Baby de Licencias de Sincronización y Monetización en YouTube, ganarás dinero por usos como estos.

También tienes derecho a una regalía por descarga o streaming de tus grabaciones, lo que general mente se te paga a través de tu distribuidor (¡esperamos que sea CD Baby!) desde una plataforma de música digital como iTunes, Apple Music, Amazon, Spotify o Deezer.

Derechos conexos: al ser tu propio sello discográfico, y al ser también el artista que interpreta tu propio material, tienes derecho a una regalía por el uso digital de tu música a través de radio online o satélite.

Derechos editoriales: Si has escrito material original, y no has firmado una cesión de derechos de esas canciones a una empresa editorial, TÚ eres el editor de tu música. Como poseedor de los derechos editoriales tienes derecho a recaudar las regalías de ejecución pública cuando tus canciones suenen en la radio o se toquen en salas; regalías mecánicas cuando tu música se descargue o se reproduzca en streaming; y regalías de licencias de sincronización cuando tu música se use en TV, películas, videojuegos, etc.

Cuando empiezas a avanzar hacia una carrera musical sostenible, es crucial captar todas las fuentes de ingresos posibles. Las regalías editoriales son una parte importante de ese marco financiero.

Registra tus canciones en una sociedad de recolección de regalías de tu país:

Argentina – SADAIC (Sociedad Argentina de Autores y Compositores de Música) Bolivia – SOBODAYCOM (Sociedad Boliviana de Autores y Compositores de Música)

Brazil – ECAD (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição)

Chile – SCD (Sociedad Chilena del Derecho de Autor)

Columbia – SAYCO (Sociedad de Autores y Compositores de Colombia)

Ecuador – SAYCE (Sociedad de Autores del Ecuador)

España – SGAE (Sociedad General de Autores y Editores)

México – SACM (Sociedad de Autores y compositores de México) Perú – APDAYC (Asociación Peruana de Autores y Compositores) Venezuela – (Sociedad de Autores y Compositores de Venezuela)

Si tu país no aparece aquí arriba, mira esta otra lista de Entidades de Gestión de Derechos de todo el mundo y busca la que opera en tu región: https://en.wikipedia.org/wiki/Performance_rights_organisation#International



El paso de la propiedad al acceso digital

Uno de los mayores cambios en la industria musical es que el consumo de música se ha trasladado dramáticamente desde el modelo de propiedad (en el que los fans compran CDs, vinilos o descargas) al modelo de acceso de pago. A veces esto significa que el fan es un suscriptor de pago de un servicio de streaming como Spotify o Apple Music, y otras veces escuchan tu música en una modalidad financiada por la publicidad (Spotify gratuito o YouTube).

En la economía de la música digital, la mayor parte de tus ingresos no llegan necesariamente de las VENTAS (en el sentido tradicional) sino de permitir a tus fans el USO de tu música.

Lo importante no es transferir una propiedad: se trata de lo que tus fans pueden HACER con tu música, incluyendo:

- compartirla en redes sociales,
- crear sus propios vídeos en YouTube,
- añadir tus canciones a sus playlists favoritas,
- y mucho más.

Cuantas más cosas puedan hacer tus fans con tu música, más dinero ganarás. ¡Así que haz que puedan hacerlas! Haz que tu música esté disponible en todas partes con el servicio de distribución global de CD Baby.

Tu público está en todo el mundo...

Puede parecer que eres un artista local o regional, pero desde el instante en que pones tu música online te haces global. Y dado que los “guardianes” antes mencionados— digamos, por ejemplo, los programadores de una playlist popular en Spotify— son accesibles para los artistas independientes, puedes llegar a tener una base de fans en países en los que nunca has estado, mientras crece de forma simultánea tu base de fans cerca de tu hogar.

... pero ir por fases no funciona para los músicos independientes

Un aspecto del hecho de poner tu música online que quizá funciona contra lo que dice la intuición, es que, ya que hay tantas opciones para consumir música, deberías hacer que tus canciones estén disponibles en TODAS las grandes plataformas. Ir por fases, que es una táctica en la que publicas de forma selectiva tu música en ciertas plataformas, es normalmente un error para los artistas sin discográfica. Las grandes estrellas tienen el poder de dirigir a sus fans hacia la plataforma que da mayores beneficios al artista. Los artistas menos conocidos no pueden permitirse ese lujo.



Un oyente que prefiere Spotify y paga una suscripción premium no es probable que busque tu música en Amazon o Apple Music. Alguien que solo consume música vía YouTube esperará que tengas Art Tracks disponibles allí. No puedes esperar que los fans vayan a ti. Necesitas ir a ellos. Si no pueden encontrar tu música en los lugares en que ya están buscando música, pasarán a otro artista. No pierdas la oportunidad de ganarte a ese fan; tienes que estar en todas partes (incluyendo iTunes, Apple Music, Spotify, Deezer, Amazon, Google Play, YouTube, y muchos más sitios).

Cuenta una historia interesante (porque a nadie le atraen los mensajes tipo “descubre mi nueva música”

El marketing musical va de contar historias. Puedes postear todo el día en redes sociales, pero sin un mensaje claro, con un gancho interesante, solo te sumas al ruido

Descubre primero QUÉ quieres comunicar. Esta es la parte difícil. ¿Qué historia hay detrás de tu música? ¿Qué es lo que te mueve? ¿Tienes un sonido, una imagen o una historia únicos? Una vez has encontrado el corazón de tu historia, el resto —estrategias de marketing de email y redes sociales, campañas de relaciones públicas, etc.— son solo detalles y trabajo rutinario.

Si necesitas ayuda para contar tu historia, lee <http://musicodiy.com/2014/11/guiabasicademarket ingparamusicoscomollamarlaatenciondelosmedios/>

Tu música es siempre nueva para alguien

Con un público potencial en todo el mundo, incluso tu canción más antigua puede ser la nueva canción favorita de un fan.

Aquí hay tres lecciones importantes:

- 1) NUNCA debes despreciar tu catálogo antiguo cuando se trata de promoción.
- 2) Puedes hacer una carrera sostenible con música de un estilo nicho que podría llegar solo a una pequeña parte de la población en un país determinado, pero que, considerada globalmente, puede sumar una base de fans significativa.
- 3) Cuanto más amplio sea tu catálogo de álbumes y canciones, más oportunidades tienes de ganar fans y obtener ingresos de licencias de sincronización, editoriales y ventas.





Una estrategia en música digital que puede funcionar para artistas independientes

Ahora que hemos aclarado algunos de los aspectos conceptuales de dirigir tu propia carrera musical, hablemos de estrategia. ¿Cómo vas a crearte un público y a ganar dinero con tu música online?

Distribución de música en todo el mundo

No basta poner una canción en SoundCloud o Bandcamp. Estos servicios pueden ser muy útiles, pero no es lo mismo que tener tu música disponible en TODOS los destinos musicales importantes, incluyendo Spotify, Apple Music, iTunes, Amazon, etcétera. Como ya se ha mencionado, necesitas estar en todas partes para llegar a tus oyentes en sus plataformas favoritas.

Una vez has grabado, mezclado y masterizado tu música, es hora de organizar tu distribución con CD Baby. (Nota: puedes escoger una fecha de lanzamiento futura, si aún no estás preparado para que salga tu música)

Cómo distribuir música digital a través de CD Baby

1. Crea tu cuenta en <https://es.members.cdbaby.com>
2. Rellena la información de tu álbum o sencillo (para ver un tutorial paso a paso de cómo completar esta información, haz clic aquí)
3. Sube tus canciones y diseño
4. Selecciona los países y plataformas de música digital en los que te gustaría que tu música estuviera disponible
5. Paga la cuota única de inscripción (¡¡NO HAY CUOTAS ANUALES DE RENOVACIÓN!!) En cuestión de días, ¡tu música estará disponible en todo el mundo!

Aquí tienes algunas cosas que necesitarás preparar cuando te inscribas para la distribución en CD Baby:

- Archivos de audio – Sube audio de alta calidad en archivos de formato WAV o FLAC. Los archivos deben ser estéreo, en 44.1 kHz y 16 bit.
- Portada – La imagen de la portada de tu álbum debería ser un archivo JPG de al menos 1400x1400 pixels, 72300dpi, menos de 25mb, y en RGB (no CMYK).
- Información del compositor y editor de cada canción – Es importante para CD Baby y todos nuestros colaboradores digitales que las regalías se distribuyan adecuadamente. Por eso es por lo que pedimos la información del compositor y el editor de cada canción que distribuimos.





UPCs y ISRCs: ¡qué son y por qué los necesitas!

- También necesitarás un código de barras UPC válido para tu álbum y códigos ISRC para cada una de tus canciones, antes de que tu música pueda ser distribuida.
- Un código UPC es un identificador de producto de 12 dígitos (similar a los códigos de barras que puedes ver en envases en tiendas) que diferencia tu álbum de todos los demás discos a la venta. Si haces CDs, el código de barras debería figurar en la contraportada del disco. (Nota: el fabricante de tus discos puede haberte proporcionado ya un código UPC). Más importante que el hecho de que la imagen del código de barras esté impresa en el disco, de todas formas, es que el número de serie de 12 dígitos sea introducido en tu cuenta de CD Baby al hacer el proceso de inscripción. Nosotros enviaremos estos datos UPC a todas nuestras compañías colaboradoras para que puedan registrar correctamente las ventas digitales y contabilizar adecuadamente los pagos.
- Si aún no tienes un código UPC, no te preocupes: ¡CD Baby puede asignarte uno por solo \$20! (Incluso podrás descargar una imagen del código de barras si quieres imprimirla en tus CDs).
- Los códigos ISRC, igual que los UPC, son códigos de identificación que se usan para hacer el seguimiento de las descargas y escuchas en streaming de las canciones individuales. Cada canción debe tener su ISRC exclusivo. Si tu álbum ha sido masterizado por un ingeniero profesional, puede haber asignado ya ISRCs a tus canciones. Pero si no es así, CD Baby te los proporcionará GRATIS, y puedes optar por que lo hagamos durante el proceso de inscripción.

Promoción musical

[La promoción musical es un tema muy amplio, que tratamos en profundidad en nuestro blog Música DIY. Pero aquí compartiremos algunos rápidos consejos sobre cómo promocionar tu música en el entorno digital].

Muy bien, ahora tu música ya ha sido publicada, pero eso no significa que nadie se entere de ello. Es hora de promocionarse. En realidad, si lo piensas bien, el momento de planificar tu promoción era hace unos meses. Así que volvamos atrás el reloj e imaginemos que estabas pensando en la promoción mientras preparabas tu álbum.

Necesitas tu propia web

Una página de Facebook NO es un sitio web. Necesitas un cuartel general para tu carrera musical, donde tendrás todo lo que un fan, bloguero o promotor puede necesitar, todo en un único sitio, y con TU nombre artístico en el dominio. Un lugar en el que tú controlas la experiencia. Un lugar donde puedes crear fácilmente tu lista de email.





Tu web debería incluir, como mínimo:

- un reproductor de música con tus mejores canciones vídeos y fotos
- una biografía que comunique brevemente tu historia agenda de conciertos
- información de contacto
- enlaces a tus perfiles en redes sociales
- un formulario para darse de alta en tu newsletter unas cuantas citas favorables de prensa (si las tienes)
- una tienda de música (CD Baby ofrece un reproductor con tienda de música gratuito, que se puede insertar en tu web, con un look fantástico y fácil de usar)

La promoción da comienzo en el momento en que empiezas a crear tu nueva música

Una página de Facebook NO es un sitio web. Necesitas un cuartel general para tu carrera musical, donde tendrás todo lo que un fan, bloguero o promotor puede necesitar, todo en un único sitio, y con TU nombre artístico en el dominio. Un lugar en el que tú controlas la experiencia. Un lugar donde puedes crear fácilmente tu lista de email.

Monetización en YouTube

YouTube es la mayor plataforma global para descubrir música –con más de mil millones de usuarios en todo el mundo–, y los ingresos publicitarios en YouTube se han convertido en una parte importante y creciente del total de las ganancias de un artista.

A finales de 2016 CD Baby habrá pagado más de US\$10 millones procedentes de YouTube a músicos, con algunos artistas de CD Baby ganando casi US\$100.000 en ingresos publicitarios. Gran parte de esto es generado por lo que se llama “contenido creado por el usuario” (usergenerated content), vídeos creados por fans que usan tu música.

El programa de CD Baby de Monetización en YouTube te ofrece una manera de ganar dinero con esos vídeos, incluso aunque no los hayas subido a tu propio canal de YouTube.

Gracias a la tecnología de identificación de contenidos de YouTube, cada vez que tu música aparece en cualquier parte del universo YouTube, la canción es identificada y CD Baby reclama en tu nombre tus derechos sobre ese vídeo. Las ganancias por un vídeo monetizado pueden ser pequeñas, pero van su mando rápidamente, particularmente si tienes una canción que encaja con las necesidades de otros creadores de vídeos.



Aquí tienes 5 consejos que te ayudarán a ganar más dinero con tu música en YouTube:

1. Inscribe todo tu catálogo en el programa de Monetización en YouTube de CD Baby

¡El primer paso obvio para ganar dinero con tu música en YouTube es ponerlo todo a punto para ganar dinero con tu música en YouTube!

En la era digital, tu música no tiene una vida en la estantería de una tienda, y nunca sabes cuándo una de tus canciones encontrará su público. Así que inscribe TODAS tus canciones, viejas y nuevas.

2. Anima a tus fans a crear contenidos generados por usuarios

Una de tus canciones podría ser la banda sonora perfecta para el ridículo vídeo de gatos de alguien, o la música de fondo de una película familiar antigua.

Aquí tienes algunas maneras de hacer que la gente use tu música:

- Envía un email a tus fans anunciándoles que pueden usar tus canciones en sus vídeos de vacaciones, de boda, de reuniones familiares, proyectos de trabajo o escuela, pases de fotos de sus vacaciones, etc.
- Monta un concurso en el que pides a tus fans que creen vídeos musicales de sus canciones favoritas de tu repertorio. Tanto si son imágenes de una fiesta, una animación en stopmotion, o un grupo de niños sincronizando los labios con la letra, este tipo de vídeos pueden acabar sumando importantes ingresos publicitarios procedentes de YouTube. Además, podrás compartir tus favoritos entre los vídeos enviados a través de tu website, newsletter y redes sociales.

3. Pon tus enlaces más importantes al principio de las descripciones de tus vídeos

Para cualquier vídeo que subas a tu propio canal, incluye siempre la URL a tu website o a tu tienda musical favorita justo al inicio de la descripción. Te interesa que los espectadores puedan clicar sin tener que bajar el scroll o clicar el botón de “ver más”. No hagas que la gente tenga que buscar.

4. Crea y sube vídeos de TODAS tus canciones

Además de todas las otras cosas en que se ha convertido YouTube, es también la plataforma favorita para escuchar música entre los fans más jóvenes. Haz que sea fácil para ellos escuchar tu música. Cuantos más vídeos tengas disponibles, más oportunidades tienes de ganar ingresos publicitarios.





Si no tienes tiempo o dinero para rodar “bien” todos esos vídeoclips deberías como mínimo subir sencillos vídeos de portada del álbum para todas las canciones.

[Importante: si tu distribución a través de CD Baby incluye servicios de streaming, enviaremos por ti vídeos con la portada del álbum a YouTube!]

5. Utiliza llamadas a la acción y Tarjetas atractivas

YouTube ofrece unas cuantas herramientas para potenciar tus vídeos y hacerlos más atractivos. Explora todas tus opciones en tu canal de YouTube incluyendo la posibilidad de añadir Tarjetas a tus vídeos que animen las ventas, aumenten las suscripciones a tu canal, incrementen las visualizaciones, etc.

Licencias de Sincronización

Puede decirse que la fuente de ingresos más importante para un músico independiente de hoy son las licencias de sincronización, donde puedes ganar unos honorarios por el uso de tus canciones en películas, TV, anuncios, videojuegos, y demás. Los artistas de CD Baby que pagan la distribución

Estándar pueden optar sin coste adicional por nuestro programa de licencias de sincronización y así dar más oportunidades a sus canciones. En los últimos años, hemos situado canciones de nuestros artistas en NBC, HBO, Bravo, CW TV, Crossfit, Eddie Bauer, etcétera.

Y lo mejor de todo, con las licencias de sincronización, es que ¡la actualidad de las canciones no importa! Es importante recordar que cuando alguien busca la canción perfecta para una escena de una película, un programa de TV o un anuncio, la ÚNICA cosa que importa es lo bien que la música apoya la acción.

A diferencia de otros aspectos del negocio de la música y los medios, el éxito en las licencias de sincronización no se basa en la edad, actualidad, fecha de publicación o “relevancia”. Se basa en el uso y las necesidades. ¿Qué dicen las letras? ¿A qué suena la música? ¿Encaja en la onda o el tema de la escena? La canción debe ser útil desde el punto de vista de la producción. Eso es todo.

Incluso tus canciones más antiguas (canciones que puede hacer tiempo que has dejado de tocar) pueden hacerte ganar dinero con la sincronización. Y nunca puedes saber qué música están buscando los supervisores musicales, así que lo inteligente es tener todo tu material en un catálogo de licencias de sincronización.



Herramientas adicionales para conectar con los fans

Internet te da innumerables formas de interactuar con tus actuales fans, y de encontrar nuevos, sin ni siquiera salir de casa. Aquí tienes algunas:

- Conciertos en streaming en directo vía ConcertWindow, Periscope, etc. Plataformas de crowdfunding como PledgeMusic or Kickstarter
- Blogs, music videos, videos con letras, y reseñas de instrumentos y equipos en YouTube.

¡Deja que la rueda gire!

De la misma manera que la promoción de tu álbum debería empezar en el mismo minuto en que empiezas a escribir canciones o a grabar, esta debería continuar hasta que publicas tu siguiente lanzamiento.

Muchos músicos pierden fuelle después del impulso promocional inicial, pero el boca a boca tarda tiempo en desarrollarse. No pierdas oportunidades que podrían llegar solamente una vez has conseguido un cierto impulso.

Aquí tienes algunas maneras de seguir promocionando tu música en los 12 meses siguientes al lanzamiento:

- 1) Crea un nuevo vídeo musical cada mes o dos, lo que te da nuevas oportunidades de estrenos en blogs incluso cuando tu álbum ya no es noticia.
- 2) Escribe artículos en profundidad sobre cada una de las canciones, y publícalos al ritmo de uno al mes en tu blog y redes sociales.
- 3) ¡Sal de gira! No es una actividad digital en sí misma. Pero salir a la carretera es una de las mejores maneras de tener cobertura de prensa adicional, y presentar tu música a nuevos públicos.

Sabemos que hay un montón de información en esta guía. Si publicar música de forma independiente es un empeño nuevo para ti, este proceso puede parecer abrumador, pero no tiene por qué serlo. CD Baby te ahorra el trabajo pesado de muchos de los aspectos de la monetización de tu música en el mundo digital. De la distribución a las licencias de sincronización, los ingresos publicitarios de You Tube o las ventas de música online, lo cubrimos todo. Regístrate en CD Baby para empezar hoy mismo.





Y si tienes preguntas sobre cómo llevar adelante tu carrera en la industria musical actual, ¡ponte en contacto con nosotros! Estamos aquí para ayudar.

espanol@cdbaby.com EEUU: 18002896923

México: ITFN: 0018772951977

España: 900941613

Internacional: 15035953000

Obtén más información sobre consejos factibles para promocionar tu música en <http://musicodiy.com/>

[Artículo original: <https://cdbaby.com/campaigns/request-making-money-digital-music.aspx>]