

Liderazgo creativo en la industria musical contemporánea: un modelo estratégico para la dirección de carreras artísticas

Melissa Castejón

Correo electrónico: Melissa@gogomusicllc.com

Investigadora independiente, Orlando, Estados Unidos.

Autora principal y de correspondencia

RESUMEN

La transformación digital de la industria musical ha generado cambios estructurales que han redefinido los procesos de producción cultural, distribución de contenidos y desarrollo de carreras artísticas. En este contexto, el liderazgo dentro de proyectos musicales ha adquirido una importancia estratégica creciente. A diferencia de los modelos tradicionales dominados por estructuras corporativas centralizadas, la industria musical contemporánea opera a través de redes profesionales flexibles donde artistas, managers, productores y estrategias digitales colaboran en la construcción de proyectos culturales complejos. El presente estudio analiza el liderazgo creativo dentro del ecosistema musical contemporáneo con el objetivo de conceptualizar un modelo estratégico que permita comprender cómo se coordinan procesos creativos, tecnológicos y comerciales dentro del desarrollo de carreras artísticas. A partir de un enfoque de investigación conceptual basado en práctica profesional dentro de la industria musical, se propone el Modelo de Liderazgo Creativo en la Música, un marco analítico que describe las principales dimensiones del liderazgo estratégico dentro de proyectos musicales. El modelo identifica cuatro dimensiones fundamentales: visión artística, coordinación interdisciplinaria, toma de decisiones estratégicas y desarrollo de ecosistemas creativos. Estas dimensiones permiten comprender cómo los líderes dentro de la industria musical contemporánea integran diferentes capacidades profesionales para guiar proyectos artísticos en entornos caracterizados por alta incertidumbre creativa y rápida transformación tecnológica. Los resultados sugieren que el liderazgo creativo constituye un componente central para la sostenibilidad de carreras artísticas dentro de la economía cultural digital.

Palabras clave: liderazgo creativo, industria musical, management musical, economía creativa, liderazgo cultural

Creative Leadership in the Contemporary Music Industry: A Strategic Model for Managing Artistic Careers

ABSTRACT

The digital transformation of the global music industry has reshaped the structures through which cultural production, distribution, and artist career development take place. Within this evolving environment, leadership in musical projects has become increasingly important. Unlike traditional industry models dominated by centralized corporate structures, the contemporary music ecosystem operates through flexible professional networks where artists, managers, producers, and digital strategists collaborate in the development of complex cultural projects. This study examines creative leadership within the contemporary music industry with the objective of conceptualizing a strategic model capable of explaining how creative, technological, and commercial processes are coordinated in the development of artistic careers. Using a conceptual research approach grounded in professional practice, the article proposes the **Creative Music Leadership Model**, a framework that identifies the main dimensions of strategic leadership in musical projects. The model identifies four central dimensions: artistic vision, interdisciplinary coordination, strategic decision-making, and creative ecosystem development. These dimensions help explain how leaders within the music industry integrate multiple professional capabilities in order to guide artistic projects in environments characterized by high creative uncertainty and rapid technological change. The findings suggest that creative leadership represents a key factor in the long-term sustainability of artistic careers within the contemporary digital cultural economy.

Keywords: creative leadership, music industry, music management, creative economy, cultural leadership

INTRODUCCIÓN

La industria musical contemporánea se caracteriza por operar dentro de un entorno de alta complejidad creativa y tecnológica donde los procesos de producción cultural dependen cada vez más de la coordinación entre múltiples actores profesionales. La digitalización de la distribución musical, el crecimiento de las plataformas de streaming y la expansión de las redes sociales han transformado profundamente las dinámicas de creación y circulación de contenidos musicales (Wikström, 2013; Hesmondhalgh, 2013).

En el modelo tradicional de la industria discográfica, muchas de las decisiones estratégicas relacionadas con el desarrollo de artistas estaban concentradas dentro de estructuras corporativas centralizadas, principalmente sellos discográficos. Sin embargo, el ecosistema musical contemporáneo se organiza cada vez más a través de redes profesionales descentralizadas que incluyen managers, productores, estrategias de marketing digital, distribuidores, plataformas tecnológicas y comunidades de fans (Baym, 2018; Hracs et al., 2016).

Dentro de este nuevo entorno, el liderazgo creativo se convierte en un elemento clave para la coordinación de proyectos musicales. Los proyectos artísticos contemporáneos requieren la integración de múltiples capacidades profesionales que incluyen producción musical, estrategia digital, gestión de marca, posicionamiento cultural y desarrollo de audiencias.

Diversos estudios sobre industrias culturales han señalado que los procesos creativos suelen desarrollarse dentro de contextos organizacionales caracterizados por altos niveles de incertidumbre y riesgo cultural (Caves, 2000; Negus, 1999). En estos entornos, el liderazgo no se limita a la administración de recursos, sino que implica la capacidad de articular visiones creativas y coordinar equipos multidisciplinarios.

A pesar de su importancia dentro del desarrollo de proyectos culturales, el liderazgo dentro de la industria musical ha recibido relativamente poca atención dentro de la literatura académica en comparación con otros aspectos como la economía musical o la distribución digital.

En este contexto, el presente estudio busca responder a la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo puede conceptualizarse el liderazgo creativo dentro de la industria musical contemporánea y cuáles son sus principales dimensiones estratégicas en el desarrollo de carreras artísticas?

Para responder a esta pregunta, el artículo propone el Modelo de Liderazgo Creativo en la Música, un marco conceptual que describe las dimensiones principales del liderazgo dentro de proyectos musicales contemporáneos.

METODOLOGÍA

La presente investigación se desarrolla mediante un enfoque cualitativo de carácter conceptual basado en investigación aplicada desde la práctica profesional dentro de la industria musical contemporánea. Este tipo de aproximación metodológica resulta especialmente pertinente para el estudio de industrias creativas, donde gran parte del conocimiento profesional emerge de la sistematización de procesos operativos dentro de contextos reales de producción cultural (Towse, 2010; Hesmondhalgh, 2013).

El estudio se basa en el análisis conceptual de prácticas observadas dentro de la gestión de proyectos musicales contemporáneos, incluyendo procesos de producción musical, desarrollo de lanzamientos discográficos, planificación estratégica de carreras artísticas y coordinación de equipos creativos multidisciplinarios.

A partir de la revisión de estos procesos se identificaron patrones operativos relacionados con la articulación de visiones creativas, la toma de decisiones estratégicas en contextos de incertidumbre cultural y la coordinación de equipos profesionales dentro de proyectos artísticos.

Estos patrones fueron posteriormente organizados en dimensiones analíticas que permiten describir las funciones principales del liderazgo dentro del ecosistema musical contemporáneo.

El resultado de este proceso analítico fue la construcción del **Modelo de Liderazgo Creativo en la Música**, un marco conceptual que describe las principales dimensiones del liderazgo estratégico dentro de proyectos musicales.

RESULTADOS

El análisis permitió identificar cuatro dimensiones estratégicas que estructuran el liderazgo creativo dentro de la industria musical contemporánea.

La primera dimensión corresponde a la **visión artística**, que implica la capacidad de definir una dirección conceptual clara para el desarrollo del proyecto musical. Esta visión funciona como el eje central que guía las decisiones relacionadas con producción musical, estética visual y posicionamiento cultural.

La segunda dimensión corresponde a la **coordinación interdisciplinaria**, que implica la articulación de equipos profesionales que incluyen productores musicales, estrategias de marketing digital, diseñadores visuales y especialistas en distribución musical.

La tercera dimensión corresponde a la **toma de decisiones estratégicas**, que se refiere a la capacidad de evaluar oportunidades profesionales, seleccionar colaboraciones relevantes y definir estrategias de crecimiento dentro del ecosistema musical contemporáneo.

Finalmente, la cuarta dimensión corresponde al **desarrollo de ecosistemas creativos**, que implica la construcción de redes profesionales que permiten expandir las oportunidades artísticas y comerciales dentro de la industria musical.

Estas dimensiones conforman la arquitectura del Modelo de Liderazgo Creativo en la Música

Modelo conceptual Modelo de Liderazgo Creativo en la Música

DIMENSIÓN 1 — Visión artística

Definición conceptual del proyecto musical

Dirección estética y narrativa

DIMENSIÓN 2 — Coordinación interdisciplinaria

Gestión de equipos creativos

Colaboración profesional

DIMENSIÓN 3 — Toma de decisiones estratégicas

Selección de oportunidades

Estrategia de crecimiento

DIMENSIÓN 4 — Desarrollo de ecosistemas creativos

Construcción de redes profesionales

Expansión de oportunidades

CONCLUSIONES

El presente estudio permitió conceptualizar el liderazgo creativo como un componente central dentro del desarrollo de proyectos musicales en la industria contemporánea. Los resultados sugieren que el liderazgo dentro del ecosistema musical actual requiere la integración de capacidades creativas,

estratégicas y organizacionales que permitan coordinar equipos multidisciplinarios dentro de entornos caracterizados por alta incertidumbre cultural.

El modelo propuesto identifica cuatro dimensiones que describen las funciones principales del liderazgo dentro de proyectos musicales contemporáneos. Estas dimensiones permiten comprender cómo los líderes dentro de la industria musical articulan visiones creativas, coordinan equipos profesionales y desarrollan redes colaborativas que sostienen el crecimiento de carreras artísticas.

La formalización académica de este modelo contribuye a ampliar la comprensión teórica del liderazgo dentro de las industrias culturales y creativas. Asimismo, el Modelo de Liderazgo Creativo en la Música puede servir como referencia para profesionales interesados en desarrollar estrategias de liderazgo dentro de proyectos musicales y organizaciones culturales.

Finalmente, el estudio sugiere que futuras investigaciones podrían profundizar en el análisis empírico del liderazgo creativo mediante estudios de caso centrados en managers, productores o artistas dentro de diferentes mercados musicales. Este tipo de investigaciones permitiría comprender con mayor precisión cómo se desarrollan las dinámicas de liderazgo dentro del ecosistema musical global.