

Amigos sí, jipis no: cómo ser un “profesional” de la música en un “sello” de la ciudad de La Plata

Ornela Boix*

RESUMEN: En este trabajo analizo un proceso de profesionalización en las redes de creación y gestión musical de un sello emergente de la ciudad de La Plata, dando cuenta de las categorías de acusación y reivindicación con que los músicos y artistas involucrados moralizan ese proceso. Así, la etnografía realizada muestra la especialización de la división del trabajo, la formalización legal de las relaciones entre los artistas y el sello y la regularización económica en vinculación con los cambios en la noción de amistad, articuladora de este mundo musical. Se discute de este modo con nociones naturalizadas sobre la producción musical que se encuentra al margen de la industria discográfica tradicional: familiar y amistosa, desinteresada del dinero e incapaz de adquirir rasgos profesionales.

Palabras claves: música emergente – sello musical – profesionalización

ABSTRACT: In this paper I analyze a process of professionalization in the networks of music creation and management of an emergent label in the city of La Plata, describing the accusation and backing categories with which the musicians and artists involved moralize that process. Thus, the ethnography carried out shows how the specialization of the division of labor, the legal formalization of the relationships between the artists and the label and the process of economic regularization change the artists' notions about friendship, which articulates this musical world. The article therefore questions the naturalized ideas about music production outside the traditional record industry: familiar and friendly, uninterested in money and incapable of acquiring professional traits.

Keywords: emergent music – record label – professionalization

Introducción

Los desarrollos de este artículo tienen como punto de partida un desplazamiento de investigación producto del encuentro entre las exigencias del método etnográfico y una situación emergente en la producción sociomusical contemporánea que responde a las nuevas condiciones de las tecnologías y de los mercados, de los gustos y de las sociabilidades musicales. En este encuentro desvié la mirada desde los artistas y las escenas, figuras clásicas en los estudios sociales de la música, hacia los sellos musicales, convención terminológica bajo la que en este trabajo se encontrará una realidad diferente a la que construyó tradicionalmente el mercado y la industria discográfica, que hoy da señales de cierto agotamiento (Yúdice, 2007, 2008; Fouce, 2010, 2012). Como mostraré a lo largo de estas páginas, un sello reúne a músicos y artistas en un proyecto cuyo carácter de emprendimiento discográfico es importante pero mucho más lo es su carácter de red social que sobre determina la producción y el consumo de la música. A partir de una etnografía (2011-2015) con un sello musical emergente de la ciudad de La Plata, Concepto Cero¹, me propongo dar cuenta de las maneras en que se traman estas redes de creación y gestión musical. En este contexto, mi objetivo es analizar cómo los participantes de Concepto Cero incorporan a su acción los datos de una nueva situación en el campo de la música en la que la consagración y la profesionalización ya no se miden exclusivamente desde la industria musical convencional. ¿Qué implica para sus redes de creación y gestión musical un proceso de profesionalización? ¿Cómo los participantes moralizan ese proceso? ¿Qué conflictos y categorías de acusación se hacen entonces presentes? ¿Cómo se reconfiguran los vínculos en esta situación? Se intentará de esta manera una primera aproximación a la práctica y al sentido que adquiere “ser profesional” en este campo.

En este plan, en el apartado “De la escena al sello musical”, relato y justifico el trayecto de investigación en el que tomo como objeto a un sello musical, luego de haber posado la mirada sobre las escenas y las bandas “independientes” de la ciudad de La Plata. A continuación, en el apartado “Redes de amigos y tecnologías” repongo sumariamente las características específicas de los sellos musicales emergentes con los que he tenido contacto en mi trabajo etnográfico. Describo cómo la amistad (en un sentido específico) se constituye en su lazo social característico y cómo a la vez la gestión asume un papel preponderante. Expongo así en líneas generales la organización de la producción musical en sellos como Concepto Cero. A su vez, discuto con la bibliografía especializada la correspondencia naturalizada entre música emergente, lazos de amistad y prácticas artísticas amateurs. En el siguiente apartado, “Comprometidos y colgados” describo el proceso de conformación del grupo de amigos actual que constituye a CC, en relación a la noción de compromiso. Muestro asimismo cómo la red de amigos de CC se encuentra desde un comienzo diferenciada y jerarquizada en cuanto al poder y las obligaciones de los distintos miembros. En el tercer apartado, “Ser profesionales”, relato tres procesos de organización del grupo de Concepto Cero tendientes al objetivo de la profesionalización en un contexto de vínculos cada vez más regulares y estrechos con el Estado y con los “privados”: la especialización creciente de la división del trabajo, la formalización de las relaciones entre los artistas y el sello y cierta regularización económica que permitirá el financiamiento de los proyectos. A lo largo de estos apartados, presento los quiebres y distinciones en la red de amigos de Concepto Cero, la cual se reconfigura.

Por último, en “Reflexiones finales” sintetizo los resultados y apunto los aportes de este trabajo.

1. De la escena al sello

A fines del año 2009 comencé en la ciudad de La Plata una experiencia de investigación con una serie de bandas musicales que se referencian recíprocamente en una misma escena², a la que fundan en los conceptos de lo independiente, lo indie y lo emergente. Estas categorías (que describo y analizo ampliamente en Boix, 2013) señalan, respectivamente, una moralización conflictiva de una condición institucional en la producción musical, un criterio de estilo definido por congregarse en una disputa a ciertos actores de las clases medias y nociones de cambio y de apertura de un proceso no exclusivamente estético.

Al inicio de la investigación, el trabajo etnográfico se orientó hacia los artistas de esta escena musical y estética, a la que consideré un mundo negociado de trabajo colaborativo (Becker, 2008; Faulkner y Becker, 2011). Me propuse describir las redes que producían este mundo estético, en sus modos concretos de socialización y en la geografía simbólica de sus lugares de encuentro; sus modalidades de consumo musical; sus sentidos morales y estéticos de lo que implica hacer música, en tensión con otras escenas estéticas; sus usos particulares de las tecnologías; entre otras dimensiones que le otorgaban singularidad (Boix, 2011). Poco a poco, en la tarea de “seguir a los actores” (Callon, 1986), el protocolo de observación estándar de eventos que había elaborado se fue particularizando, para dar paso a relaciones etnográficas. A medida que me apropiaba de las prerrogativas de un tipo de abordaje etnográfico específico (Peirano, 1995), mi construcción de la escena comenzó a revelarse poco sensible tanto a las distintas redes de afinidad, trabajo artístico y gestión que la cruzaban, como a las conexiones que estas tenían con otras escenas estéticas independientes, especialmente de La Plata⁴ y de la zona metropolitana de Buenos Aires. Mientras se volvía metodológicamente necesaria la elección de un espacio más acotado y localizado para realizar un trabajo en mayor profundidad, los “sellos” musicales en los que estos artistas editaban sus discos, generalmente referidos como “independientes”, aparecían como un enigma⁴.

Al principio, interpreté a los sellos como mis interlocutores los definían: “grupos de amigos” músicos y artistas, que en el transcurso del armado y desarmado de bandas, discos y “fechas”, habían decidido editar bajo un mismo rótulo sus álbumes. Esta idea ya estaba bastante alejada de la noción de sello musical como instancia exclusiva del mercado y de la industria discográfica, sinonimia muy común en la bibliografía local especializada, incluso cuando se trabaja sobre sellos independientes (Palmeiro, 2005; Corti, 2007; Luchetti, 2007). El sello era una fuente de identificaciones para esos artistas “amigos”, a la vez que otorgaba inteligibilidad a las interacciones que ocurrían en su escena y en su conexión con el resto de escenas estéticas independientes. En otras palabras: los sellos aparecían como formas de referenciar grupos de personas, proyectos musicales, modos de trabajo. En este sentido, la idea dominante entre mis interlocutores del sello musical como un “sellito” que se imprime a los discos resulta sintética de este tipo de conceptualización. Pero varios indicios empezaron a señalar que el sello musical era más que un marcador simbólico.

Minimizados por entonces en los discursos de los músicos, sin una sede física pero no por eso virtuales y haciendo gala de una organización desorganizada, los sellos reunían de todas maneras a un grupo de personas en la tarea de concebir y habitar un proyecto musical, conformar públicos y trazar caminos grupales e individuales en la música. Fue así que decidí focalizar mi trabajo de campo en uno de ellos.

A fines del año 2010, entre las entrevistas con las que había acompañado mi primera inmersión en el tema de investigación, había conocido a Nicolás, quien estaba “a la cabeza” del sello Concepto Cero. En nuestro primer encuentro, Nicolás me dijo que si bien “todavía estamos preocupándonos por hacer algo que esté bueno”, también les interesaba ver “cómo, de alguna forma, se puede vivir de esto”. Agregaba “Yo pienso que se puede, pero no sé cómo... De la música no vas a vivir y de una banda menos. Pero hay un montón de cosas alrededor, como puede ser la publicidad, la tele, el cine... que teniendo todo un equipo trabajando...”, proyectaba. Al mismo tiempo, a la vez que no ganaba dinero (“todo lo que entra sale”), expresaba que “tratamos de trabajar... por más de que esto, que el capital sea todo muy a pulmón, tratamos de trabajar como una empresa”. Como había observado en esa entrevista y en las publicaciones del sello que seguía por Facebook, Concepto Cero no solo compartía la retórica de la amistad y del “hacerlo porque nos gusta” con los demás sellos de la escena, también delineaba retóricas de profesionalización y monetización de la actividad musical no tan presentes hasta el momento en otros colectivos musicales de su tipo, que luego comenzaron a generalizarse.

Por estos motivos, en abril del año 2011 contacté a Nicolás con una propuesta que relacionaba mi investigación y el sello del que formaba parte, dejando en claro mi interés de participar de los espacios y actividades de Concepto Cero más allá de los eventos de performance pública. Unos días más tarde me encontraba en una reunión con Nicolás y Matías, su entonces socio, a los fines de pactar cómo sería mi trabajo de campo. Me preguntaba de qué manera la música era una posibilidad de nuevo tipo en la articulación de diversas posiciones profesionales en el trayecto de vida de los jóvenes, en un contexto donde la masificación de las nuevas tecnologías amplía la agencia estética, potencia la organización social de la música y posibilita en mayor grado la rentabilización de los proyectos artísticos (Ochoa, 2003; Yúdice, 2007; García Canclini, 2012; Semán, 2011; Woodside Woods et al, 2011; Hine, 2012; Gallo, 2015). En esta situación, la distancia entre compromisos estructurantes (el trabajo, el estudio, eventualmente la conformación de una familia propia) y las actividades musicales deja de ser tan nítida. Lo que sucede es que se “integra el arte en la trayectoria vital más allá de la zona límite en que otrora parecía imponerse la opción entre ‘la guitarrita’ y las obligaciones” (Semán, 2011: 27). En este contexto, este tipo de organizaciones musicales, cruzadas tanto por la amistad como por la gestión, se hallan tensionadas por un desencuentro muy particular, el que separa el placer de “hacerlo porque nos gusta”, es decir el impulso vocacional que se considera irrenunciable, de la necesidad de ganar dinero y la voluntad de hacer de la música una práctica profesional.

Entre los años 2011 y 2015, mi relación con los miembros de Concepto Cero y mi tránsito -habilitado por ellos- en las redes de otros sellos de La Plata y de la zona metropolitana de Buenos Aires, me hicieron participar del devenir de los sellos como instituciones que amplían su rango de acción e influencia en la música emergente. Los sellos se multiplican en número y se implican más fuertemente en la organiza-

ción de fiestas, festivales, discos colectivos, hasta llegar a la conformación de redes de trabajo colaborativo entre sellos⁵. En otras palabras, los sellos resultan articuladores de las escenas. A partir de una participación dilatada en estas redes, pretendo analizar cómo sus participantes accionan en una nueva situación en el campo de la música en la que la consagración y la profesionalización ya no se miden exclusivamente desde la industria musical convencional. En este sentido, en el próximo apartado mostraré el entramado de esas redes de creación y gestión musical, a fin de introducir luego sus cambios a lo largo de estos años de trabajo etnográfico con el sello, coincidentes con un proceso de profesionalización.

2. Redes de amigos y tecnologías

Concepto Cero se planteó en el comienzo como una instancia colaborativa de un grupo de amigos músicos. Tal como me contó Nicolás a fines del año 2010, “...tuve la idea de que teníamos proyecto y de que quizás en la escena era complicado entrar y hacerse espacios y armar las fechas y todo. Entonces es como que tenía ganas de yo empezar a tocar con Matías en tal fecha juntos y, por otro lado, eso... ¿entendés? Pensar que, bueno, si vos tocás yo puedo estar en la taquilla, o yo puedo hacer la difusión.” Matías, Nicolás y el Tata fueron estos tres amigos, si bien el Tata –de quien se hacían bromas constantes sobre lo “colgado” que era– ya estaba alejado de ese papel protagónico cuando yo inicié mi trabajo de campo. A partir de esta idea, comenzaron a reunir a otros amigos, músicos, diseñadores, fotógrafos y artistas visuales, ya que creían que un sello no podía pensarse sin la “parte gráfica y visual”. La convocatoria conformó un grupo de jóvenes cuyo promedio de edad rondaba los 23 años, la mayoría de los cuales habían transitado las aulas del “Bachi”, el Bachillerato de Bellas Artes de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), y ahora lo hacían en carreras artísticas de la UNLP y de la Universidad Nacional de Quilmes.

En este contexto etnográfico, un sello como Concepto Cero es una red orientada a la producción y gestión de la propia música en conjunción con otras artes y con otras redes. En estas redes –entrelazadas con las redes de pares conformadas en la sociabilidad universitaria de La Plata– cada participante aporta algo que el sello necesita y que responde a su competencia artística más reconocida en ese mundo artístico (ya que las competencias estéticas de estos sujetos en general son múltiples): composición, producción, grabación, mezcla, diseño, video, fotografía, luces, escenografía, etc. No obstante, en la mayoría de estos sellos “todos hacen todo”: en este sentido, tienden a ser instituciones con una división del trabajo débil en comparación a los sellos musicales analizados por la bibliografía local, como pequeñas y medianas empresas cuyos propietarios y promotores son pequeños ejecutivos (Palmeiro, 2005). No obstante, las estrategias profesionalizantes de Concepto Cero, que seguí etnográficamente, permitirán complejizar esta primera conceptualización.

En un trabajo anterior (Boix, 2013), analicé la forma en que, especialmente a partir del agenciamiento tecnológico, estos músicos y artistas emergentes, asumen la práctica de la gestión (el encarar de manera activa y diferente a las generaciones de músicos anteriores la relación con el mercado y, en el marco de cierta novedad, con el Estado) como un momento constitutivo y prácticamente irrenunciable de su práctica estética. En este contexto, la posibilidad de operar a un bajo costo relativo, con-

dición resultante de la masificación y abaratamiento de las tecnologías musicales, resulta un impulso decisivo. Los capitales invertidos nunca son muy grandes pero se vuelven suficientes en los términos de los actores, que no sólo capitalizan dinero sino situaciones familiares, trayectorias escolares y relaciones de “amistad”. Así, a diferencia de los sellos discográficos “independientes” de otras épocas, estos nuevos sellos operan con poco riesgo, lo que les permite un mayor dinamismo y el funcionamiento, hasta cierto punto, con rendimientos económicos que para otros resultarían no sólo un fracaso comercial sino el fin del emprendimiento.

En este marco, estudié la amistad como el tipo de lazo característico que nos presenta este mundo musical, entendiéndolo como una práctica y una narrativa que no exige intimidad emocional (aunque esta suele aparecer) pero sí reciprocidad en dos sentidos complementarios: 1) al respecto de las redes, conexiones y contactos, como parte de la organización en la práctica de hacer música; 2) para referir al hecho de compartir unas reglas específicas en el trabajo artístico, producto de vivir una situación similar en el mundo de la música: en este sentido, los amigos son amigos porque “están en la misma” y se saben afines en una manera específica de ser músicos, de ser artistas. Para algunas actividades, esta complicidad suma en un grado notable a los que en otros mundos musicales son “fans” o “seguidores”, comprometidos en la constitución del hecho musical en las dimensiones de su difusión, su apreciación y su sostén económico. La amistad, entonces, es una forma de capitalización social para los músicos y productores estéticos, a la vez que una forma de articular moralmente su mundo musical.

La literatura reciente –ya sea a nivel local como internacional- sobre los proyectos y trayectos musicales/artísticas de los músicos independientes y/o emergentes (de acuerdo a las denominaciones encontradas) coincide con mis avances de investigación en el hecho de que la amistad asume un papel estructurante en estos emprendimientos. Esta bibliografía enfatiza el carácter amical de las redes de producción, si bien no desarrolla esta idea, naturalizando la amistad en estas redes como un lazo íntimo y familiar (Vecino, 2011; Fouce, 2012; Gerber Bicecci y Pinochet Cobos 2012; López, 2013; entre otros). Este énfasis en los lazos de amistad se suele corresponder con una valoración de estas prácticas musicales como amateurs y poco profesionales (Palmeiro, 2005; Corti, 2007; Quiña, 2012) e incapaces de constituir una carrera (García Canlini, 2012). Justamente, Quiña (2012), asumiendo esta centralidad, afirma para la escena independiente porteña que la amistad, entendida como un vínculo personal directo basado en la afinidad y la camaradería, oblitera en estos contextos la problemática de las condiciones de trabajo y de la formación profesional. Por mi parte, reconociendo el lazo característico de esta producción musical y analizándolo en su singularidad, quiero indagar sobre la posibilidad de la coexistencia de relaciones de amistad con regímenes de profesionalización. Sin desconocer la existencia de condiciones inestables y frágiles en la producción musical (producto de una relación de fuerzas específica al interior de la sociedad capitalista contemporánea), considero que con la centralidad de la amistad estos músicos manejan la precariedad en una práctica, inscribiéndola en una narrativa específica. En este sentido, la narrativa de la amistad no es falsa ni “esconde”, al estilo de una falsa conciencia, una situación precaria. Más bien, todo lo contrario: opera en contextos signados por la fragilidad y la incertidumbre, permitiendo en parte el despliegue y el sostén de los proyectos musicales.

En este punto, es necesario reparar que existe contemporáneamente una crisis en lo que se identifica como profesión en la música. Así, la consideración de la profesión en la música considerada “popular” (en contraposición a la música “académica”), que antes se oponía de manera tajante tanto a lo amateur (Yúdice, 2007; Baym y Burnett, 2009; García Canclini y Cruces, 2012) como a lo vocacional (Semán, 2011) y se relacionaba de forma más o menos necesaria con los mecanismos de la industria discográfica (Fouce, 2010; Yúdice, 2008), se encuentra en un proceso de redefinición. Más concretamente, esta crisis puede observarse en una bibliografía tensionada entre el reconocimiento de prácticas profesionales en los términos de la industria musical tradicional (básicamente discográfica, Palmeiro, 2005; Corti, 2007; Quiña, 2012) o bien desde parámetros que aún resulta difícil determinar y se asocian a los cambios ya presentados (Irisarri, 2011; Semán, 2011; Vecino, 2011; Boix, 2013). Los primeros plantean para los músicos independientes de Buenos Aires una gestión musical caracterizada como artesanal y precaria, que se suele corresponder con un saber no profesional en materia de gestión y con una pérdida de inversión más que con ganancias. Los segundos reconocen para estos mismos sujetos un proceso contemporáneo de relativa profesionalización de una actividad que en un principio tenía mucho de amateur y proponen elementos para pensar profesionalidades emergentes.

Siguiendo especialmente avances de investigación que amplían y precisan este último punto (Gallo y Semán, 2012) considero que contemporáneamente la convergencia entre el cambio tecnológico y la reconfiguración en las condiciones de producción y mercantilización de los productos musicales ha abierto para la profesionalización de estas prácticas musicales un espacio de mayor autonomía en relación con la industria discográfica. Es verdad que desde la posición y el punto de vista de los músicos que acá trato, las referencias a lo profesional se encuentran con la imagen ideal (y muchas veces idealizada) de quienes “viven de la música”: es decir, aquellos que originan recursos que les permiten acceder totalmente a medios de vida. Esta imagen es en gran parte deudora de una noción de la profesión y de la carrera concebida desde la industria musical hegemónica. No obstante, en este campo relativamente abierto, la noción de lo profesional empieza a vincularse con sentidos locales que surgen de las posibilidades que estos actores encuentran en una industria de la música en crisis y renovación. A pesar de las imágenes persistentes, estos sentidos locales revelan que para ciertos grupos como el que analizo es posible ser “profesional” sin formar parte del engranaje de la industria discográfica tradicional.

3. Comprometidos y colgados

Como ya fue señalado, al inicio de mi trabajo de campo varias personas se hallaban implicadas en el sello además de Nicolás y su socio: otros músicos, cuatro diseñadores gráficos/artistas visuales y dos fotógrafos. No obstante, la decisión de que yo pudiera formar parte de sus espacios internos corrió especialmente por cuenta de los primeros. Más allá del proceso que los reunió (cuya reposición excede este trabajo), ellos eran socios porque se consideraban “comprometidos” uno al otro y en un grado mayor que los demás en el proyecto. Este compromiso se traducía, en primer lugar, en la cantidad de trabajo que dedicaban al sello. Las reuniones (con

otros sellos, bandas, funcionarios estatales), los arreglos con los dueños de bares, la coordinación de los eventos, la responsabilidad de dar entrevistas a radios y publicaciones impresas, los criterios en la gestión de las redes sociales y especialmente el manejo del “dinero del sello”, dependían en buena medida de ambos. Crear y mantener el compromiso en uno y en los demás siempre fue un objetivo, tanto para los socios como para los que se moralizaban junto a ellos en este compromiso. Desde un comienzo, las pequeñas discusiones cotidianas en las reuniones revelaban los criterios de trabajo dispares que entraban en conflicto, marcando los límites de lo que cada uno estaba dispuesto a dar por el proyecto en un contexto en el que el rédito económico resultaba incierto. Actitudes como no responder a tiempo los mails, llegar tarde a las reuniones, perderse en conversaciones entre “amigos” y no hablar del trabajo que les esperaba, no asistir a horario a cubrir puestos de trabajo en un evento, eran típicamente motivo de conflicto.

En segundo lugar, el compromiso se activaba cada vez que invertir económicamente en el sello se volvía necesario, e incluso urgente. Los socios lo hacían como ninguno de los demás participantes, a la vez que lo requerían de ellos, especialmente en los primeros años, cuando la inversión de los amigos era para el sello vital para seguir produciendo, en un contexto de auto-sustentabilidad donde “todo lo que sale entra”. Esto se evidenció, por ejemplo, cuando a mediados del año 2011 nos comunicaron en una de las reuniones regulares que a último momento se había perdido un subsidio con el que se contaba para financiar un disco, el cual ya estaba en fábrica y cuyas cuentas ascendientes a 15 mil pesos había que cancelar pronto, invitándonos a hacernos cargo junto a ellos de los costos. La propuesta consistió en que cada uno de los presentes consiguiera dinero para la edición, asegurándose que esta iba a volver en un período de a lo sumo seis meses. Fui, como algunos de los demás, interpelada por esta necesidad y mi propio compromiso con el grupo, que hasta ese momento yo creía exclusivo con la investigación, se tradujo en un préstamo monetario.

Luego de la partida de Matías a fin de ese año⁶, y hasta la actualidad, Nicolás se convirtió en el “coordinador” del sello y conservó parte de las responsabilidades descritas anteriormente, mientras otras fueron derivando y compartiéndose con Cristóbal, Damián, Ángel y otros músicos con proyectos catalogados en el sello que participan con más fuerza que otros miembros en la toma de decisiones. Mientras tanto, otros amigos discontinuaron su participación en el proyecto: si bien ninguno dejó de orbitar en estas redes (desde la asistencia a los eventos, la realización de algunos flyers, la promoción de las bandas en las redes sociales digitales, etc.), abandonaron el espacio de trabajo regular y coordinado. Así, el grupo de músicos y artistas que en estos tres años efectivamente continuó tejiendo las redes del sello no sólo se consideran “amigos” entre sí sino que dan por sentado estar comprometidos en una situación específica y desmarcados de actitudes “relajadas” y “colgadas” (características que estos que se quedan asocian generalmente al cese de la participación plena de quienes se fueron). Esta es una nota que se sostendría en todo el trabajo de campo y que elegí condensar en el título de este trabajo con la expresión “Amigos sí, jipis no”. Parafraseo a uno de los artistas del sello, quien en una reunión, mientras se discutían las notas características de Concepto Cero como sello dentro de la ciudad de La Plata, expresó categóricamente: “amistad no es jipeada”.

4. Ser “profesionales”

Desde el comienzo del trabajo de campo pude notar cómo los miembros de Concepto Cero se esmeraban por producir acciones musicales de un modo “prolijo”, “comprometido”, “profesional” e incluso, para Nicolás, como lo haría “una empresa”. Durante estos años de trabajo apuntaron a diferentes mejoras en la organización y los resultados de sus acciones musicales: la calidad creciente en las condiciones técnicas de grabación, mezcla y masterización de los discos; la planificación lo más detallada posible de la performance sobre el escenario; la inclusión de luces, escenografía, visuales y vestuario específicos en las performances; la elaboración de gacetillas de prensa; el armado de bases de correos electrónicos para difusión e intentos de seguimiento del público en los eventos (por ejemplo, a partir de invitaciones a los asistentes a dejar su correo electrónico); el mantenimiento de las redes sociales virtuales y de las páginas web; la cobertura en fotografía y video de los eventos; la coordinación de estrategias de prensa; la realización de videos institucionales del sello y promocionales de los diferentes eventos; etc.

En un trayecto que no puede ser descripto aquí con justicia, y que se desenvuelve desde que comencé el trabajo de campo a la actualidad, se embarcaron en varias prácticas de organización y gestión orientadas a estas metas. Los procesos de especialización de la división del trabajo, formalización legal de las relaciones entre el sello y las bandas y de regularización económica con obtención de ganancias forman parte de ese trayecto. Les permitieron, desde su perspectiva, poder planificar y llevar a cabo de la manera más “profesional” posible lanzamientos de discos, cronogramas de “fechas” y eventos, estrategias de publicidad y prensa, etc. Especialmente, en una característica que confirmaba para ellos mismos y exteriorizaba para los demás su profesionalismo, produjeron exitosa y cada vez más ajustadamente eventos para terceros⁷. Cabe notar que, de acuerdo a cálculos propios del sello a los que tengo acceso, a partir del 2013 la producción de eventos para terceros, tanto del sector público como privado, creció de forma notable y fue la categoría que generó más ingresos.

En cuanto a la mayor especialización de la división del trabajo, en el transcurso de mi permanencia de investigación, los roles se fueron fijando: primero para cada evento o proyecto, luego, estos patrones comenzaron a repetirse para los diferentes proyectos. Así, en un contexto de adscripciones estéticas múltiples y donde para los sellos de la ciudad seguía siendo común que “todos hagan todo”, en Concepto Cero se produjo un cambio. Cristóbal, por ejemplo, fue desplazándose del “productor” de los eventos al “productor” del sello. Por su parte, Ángel, mientras seguía un posgrado en ciencias sociales, se orientaba hacia las actividades de difusión y prensa. En sintonía con esta situación, el sello empezó a buscar activamente entre los amigos a personas específicas para actividades también específicas. Así, por ejemplo, Javier entró en el 2012 como VJ⁸ y diseñador, luego de ser invitado a responsabilizarse de las visuales de varios eventos. A inicios de 2013 por intermedio de Cristóbal, se incorporó Mileth para encargarse de las actualizaciones y del contacto en la página de Facebook de CC. La “community manager” también colaboraba en los eventos en tareas que muchas veces también hacía yo⁹, como la taquilla de los eventos. A fines de ese mismo año, Federico, un músico que Nicolás y Cristóbal conocieron en el estudio de Matías, se sumó a Cristóbal en las actividades de producción. Esta división

del trabajo, bastante lejana de la “organización desorganizada” de amigos que producen música juntos (Boix, 2011), resulta funcional para el trabajo con actores privados de cierto peso y con el Estado en sus diferentes instancias, que amplió en los últimos años su intervención en el campo musical a partir de políticas de promoción, capacitación y subsidio¹⁰. Las relaciones entre estos artistas y el estado dejan de estar limitadas a la mera contratación de artistas (que también crece) para desplegarse con regularidad, visibilizando para los músicos ciertas exigencias de trabajo, especialmente en cuanto a requerimientos de estándares técnicos y formales, en los que Concepto Cero, junto a otros sellos de la ciudad de La Plata y de la provincia de Buenos Aires, procuraba avanzar¹¹.

En cuanto a la formalización legal, desde que empecé el trabajo de campo los miembros del sello se relacionaban con un joven abogado, Guillermo. Interesados en capacitarse en cuestiones de licencias y derechos de propiedad intelectual, entre los años 2010 y 2011, organizaron algunas charlas públicas sobre esas cuestiones invitándolo como disertante. Más adelante, a lo largo del año 2012, en las reuniones de sello se decidió que era necesario contar con contratos escritos entre el sello y las bandas más allá de los acuerdos de palabra, si bien ya trabajaban sin problemas con ellas y algunos de sus músicos estaban inscriptos en el núcleo duro que toma decisiones. Guillermo elaboró estos contratos, específicos para cada proyecto musical. En una manera típica de vinculación económica en estos mundos musicales emergentes, cobró esos contratos a menos de su valor de mercado pero obtuvo nuevas relaciones para desarrollar su actividad profesional, a partir de los vínculos del sello con instancias estatales. A fines del año 2013, algunos miembros del sello empezaron a conversar un acuerdo con él para regularizar todos los aspectos de propiedad intelectual de las bandas catalogadas, necesario para poder firmar un contrato con una agregadora digital¹². Se definió que Guillermo pasaría un presupuesto y haría el trabajo para todas las bandas, si bien a principios del año 2014 se estableció finalmente un acuerdo mayor. Guillermo se convirtió en el “representante legal” del sello y en el encargado de realizar los registros y el seguimiento en SADAIC, CAPIF y AADI¹³ de todas las bandas, a la vez que ofrecer su asesoramiento permanente a ellas. Se estableció que los costos del servicio serían pagados por el conjunto de los artistas, en porcentajes correspondientes a su ganancia, situación posible por el fortalecimiento económico del sello.

Justamente, en el proceso de profesionalización abierta que relato, el sello dejó de ir a pérdida y, con suerte, de ser meramente autosustentable (una situación en la que “si no ganás, al menos no perdés”, como me planteaban al comienzo) sino que da ciertas ganancias. Estos ingresos le permiten a CC plantearse por primera vez la posibilidad de financiar (al menos en parte) discos, situación excepcional para los sellos “independientes” en nuestro país. Como plantea Vecino (2011), los nuevos sellos que surgen en la zona metropolitana entre los años 1998 y 2010 no suelen proveer a los artistas de estudios de grabación, equipos ni instrumentos, incorporando discos ya producidos por ellos. No obstante, se trata de ingresos inestables que se intentan regularizar, en parte a partir de la formalización antes presentada de las relaciones entre el sello y las bandas. Si bien ya eran parte de los acuerdos de palabra, los contratos con las bandas pretenden regularizar las entradas monetarias del sello al establecer los ingresos porcentuales de las partes implicadas en cada una de sus actividades conjuntas¹⁴, en un esquema que se aleja de las prácticas de los sellos con

los que comparten escena y que debe más a compañías discográficas que tienen décadas de trayectoria y son analizadas por la bibliografía ya citada como pequeñas empresas.

A partir de los procesos de profesionalización descritos –algunas de cuyas dimensiones encontramos también en otros sellos de la ciudad–, se empezó a marcar una diferencia entre quienes, dada la pequeña escala de la escena, continúan compartiendo escenarios, fechas y contactos. Esta distancia comenzó a ser moralizada positivamente por quienes se profesionalizaban, en comparación a otros sellos y bandas de la escena que no lo hacían. Las distinciones con estos actores empezaron a reforzarse y/o aparecer con mayor visibilidad en las conversaciones al interior de Concepto Cero y con los miembros de otros sellos a los que veían más cercanos a su situación. En estos intercambios, se delineaba con claridad la diferencia entre quienes apuntan a “vivir de la música” y quienes “se quieren quedar tocando para 20 tipos” y “son unos jipis que no trabajan”. En otras palabras, se establecían diferencias entre quienes estaban “en la misma” y “veían a futuro” frente a los que “no la ven”. Estos últimos no comprendían que los dos principales objetivos para los sellos emergentes son el obtener recursos y profesionalizarse.

Reflexiones finales

En este artículo analicé de forma exploratoria las maneras en que conciben e intentan ser “profesionales” los músicos de un sello emergente de la ciudad de La Plata, siguiendo la pista de las reconfiguraciones y diferenciaciones que presentan los lazos sociales en este campo. A partir de un tránsito extenso en Concepto Cero y las organizaciones musicales a las que se encuentra aliado, pude captar los cambios en su red de relaciones en su vinculación con un proceso, aún en curso, de profesionalización.

Me interesó mostrar las tensiones y conflictos que el objetivo de ser más profesionales (siempre en los términos propios del grupo analizado) y hacer de la música la principal actividad laboral remunerada, trae para los vínculos de amistad entre los diferentes miembros de la red (como lazo social típico de este campo, diferente de una relación íntima y emocional). Se delineó entonces una gran oposición, desde el punto de vista de los que tienen como meta la profesionalización: los que están comprometidos, “en la misma” y proyectando sus trayectorias en la música hacia el futuro, y los que no la ven, “colgados”, “jipis” y orientados a tocar para los mismos “amigos” de siempre. Así, la práctica y la narrativa de la amistad se ve reformulada, al incorporarse la noción de compromiso y el objetivo de la profesionalización. En el curso de estas estrategias profesionalizantes surge entonces una pregunta por los cambios en los vínculos que producen el hecho musical. Como procuré mostrar estas estrategias producen conflictos y separaciones en la red de amigos, a la vez que abren esta misma red hacia otros actores, entre ellos los que se inscriben en el estado y plantean una interlocución en gran parte novedosa para los músicos con los que realicé el trabajo etnográfico.

Fue un propósito del análisis discutir nociones naturalizadas sobre la producción musical que se encuentra por fuera de los mecanismos tradicionales de la industria discográfica: familiar y amistosa, desinteresada del dinero y eternamente amateur

si no da el salto hacia las grandes ligas (posibilitado siempre por el contrato con una gran discográfica). Por el contrario, mis interlocutores, sin dejar de adscribirse a ciertas nociones características de la generalmente denominada tradición cultural independiente (como el impulso vocacional, la amistad, el placer de hacer lo que se quiere), colocan el interés por los recursos en una centralidad que para otros puede resultar chocante y asumen abiertamente su deseo de ser “profesionales”. La amistad es así parte de la construcción de la categoría de músico profesional y de las posibilidades laborales y económicas que se construyen en este camino.

Por último, este trabajo también se interroga sobre el devenir de la institución del sello emergente. Como mostré, varios autores analizan estas experiencias de producción musical y discográfica con unos parámetros y una idea general de sello que pertenecen al paradigma del imperio de las grandes compañías, en el que el disco inicia el ciclo de la música. En una lectura superficial, el caso que aquí se describe puede ser confundido en dicha matriz: los músicos usan la misma palabra (sello) para referir a una realidad diferente. Así, mientras las compañías y sellos de la industria discográfica presentan una orientación básicamente mercantil, los músicos emergentes disponen sus sellos más hacia la creación y sostenimiento de comunidades interpretativas, el trazado de redes de sociabilidad y la producción del saber social como modo de activación de oportunidades de vida. No obstante, como muestra ejemplarmente el caso de Concepto Cero, esto no significa que estos emprendimientos resulten ajenos a una operación de ventas y, más importante y menos obvio, esto no implica que el deseo de “vivir de la música” y de “ser profesionales” de la música no descansa en el horizonte de expectativas de sus participantes. Más aún: el caso permite preguntarse sobre las formas específicas en que ese proyecto, que todavía hoy algunos ponderan de ilusorio y romántico, se vuelve bastante más posible y extendido que en otras épocas. Es así que este trabajo se inscribe en los intentos ya iniciados por otras investigaciones de describir y ponderar las modalidades emergentes de profesión y carrera en la música en un contexto de apertura de las relaciones sociales que la música habilita.

Recibido: 20 de noviembre de 2014 | Aceptado: 17 de julio de 2015

**Ornela Boix* es Licenciada en Sociología y Magíster en Ciencias Sociales por la Universidad Nacional de La Plata. Docente de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad de La Plata. Actualmente es becaria Doctoral del CONICET y tiene radicada su investigación doctoral en IdIHCS (CONICET-FaHCE/UNLP). E-mail: ornelaboix@gmail.com

Notas

¹ Ni el nombre del sello ni los nombres de sus participantes han sido cambiados, dado que este artículo fue discutido con varios de los músicos aquí implicados y cuento

con su consentimiento para mantener sus nombres. Especialmente agradezco a Ángel Clemente del Re y Nicolás Madoery de Concepto Cero la lectura atenta y productiva de

la versión final de este texto.

²Esta noción relaciona un estilo musical y estético específico con “un contexto cultural urbano y práctico de un código espacial” (Stahl 2004, 76).

³ Históricamente La Plata se ha conformado como una ciudad universitaria, donde distintas músicas etiquetadas como jóvenes y generacionales, en particular las adscriptas al rock, encuentran una proliferación y permanencia como en pocos entornos urbanos de la Argentina. Esto es afirmado por los interlocutores de la investigación en la que este artículo se apoya, a la vez que por la bibliografía de producción local, de circulación no sólo académica. Esta literatura ha construido una relación de intimidad entre La Plata, el rock y la juventud universitaria (Jalil, 2000; Rodríguez Alzueta, 2005; Doeswijk y Ruiz, 2007; Zabiuk, 2009; Vicentini, 2010; entre otros).

⁴ Algunos de los sellos de La Plata con los que interactué durante el trabajo de campo son los siguientes (si bien no todos se hallan en actividad al momento de escribir estas líneas): Laptra, Dice Discos, Tomas del Mar Muerto, Unclan, Mandarinas Records, Uf Caruf, Tsunami Records, Choco Discos, Tupé Records.

⁵ Cuando comencé mi trabajo de campo, en el año 2009, mis interlocutores no podían referir más que dos o tres sellos de este tipo en La Plata. En el año 2012, momento en el que tienen lugar varios procesos de coordinación entre sellos (la hoy inactiva red de sellos bonaerenses TICA fue el emergente más notorio, llegando a producir festivales en conjunto), estos emprendimientos cuadruplicaban su número sólo en la Plata.

⁶La conjunción de situaciones y motivos por las cuales Matías abandonó el sello (pero no su banda que siguió formando parte de CC, ni mucho menos su estudio, en el cual muchas bandas del sello grababan, mezclaban y masterizaban) será analizada en otro trabajo, en relación a las diversas posibilidades profesionalizantes que se abren en estos

mundos musicales.

⁷ Algunos de ellos fueron: la Apertura del Fesaaalp en La Plata (2011), la apertura del Congreso de diseño gráfico Trimarchi Dg en Mar del Plata (2011), un ciclo de recitales acústicos para la Dirección de Cultura del Senado de la Provincia de Buenos Aires (a partir de 2012 y hasta la actualidad), la fiesta de cierre del Congreso Internacional de Creative Commons en la ciudad de Buenos Aires (2013), entre otros.

⁸ Del inglés video-jockey, se trata de una persona que proyecta imágenes y videos en vivo a tono con la música que se toca. En el caso de CC, es miembro pleno de la banda o bien se presenta públicamente a menudo con ella. En este caso, se trata de Vjs de las bandas y del sello, que negocian con ellos la estética y el contenido específico de su puesta.

⁹ Justamente, este proceso de especialización se percibió incluso en el trato hacia mí, ya que me empezaron a interpelar en tanto “socióloga” e “investigadora” que podría darles pistas para conceptualizar sus prácticas y para entender los cambios en la industria.

¹⁰ Cabe notar que este estado de las relaciones entre la política pública y las propuestas musicales es relativamente novedoso para la música juvenil de nuestro país: las referencias a lo estatal aparecen en su historia como una inhibición o referente negativo (Vila, 1985) mientras su institucionalización se realizaba de forma predominante a partir de ámbitos privados, especialmente las grandes compañías discográficas. De acuerdo a estimaciones de Miguel (2012), alrededor del año 2000 comienza en Argentina la implementación sistemática de políticas públicas específicas para las diferentes “industrias creativas” (entre ellas la música) en los distintos niveles de gobierno, junto al establecimiento de instituciones dedicadas en forma plena a su estudio. A grandes rasgos, es en este contexto que hay que inscribir a proyectos de los que los sellos que acá presento han participado como MICA (Mercado de Indus-

trias Culturales Argentinas), BAFIM (Buenos Aires Feria Internacional de Música) o FIFBA (Festival Internacional de Folklore de Buenos Aires). Esta situación va acompañada de cambios muy visibles en los perfiles de los funcionarios del sector, orientados ahora más hacia la gestión que hacia la alta cultura. Por el otro lado, en Argentina, luego del estallido de 2001, se produce un movimiento, visible pero de difícil ponderación, de los músicos y la música autodenominados “independientes” hacia el espacio público (Lamacchia, 2012; Quiña, 2012) que explicaría en parte su visibilidad y crecimiento. Esta zona de coincidencia entre artistas musicales y agentes estatales exige un tratamiento profundo que este artículo no puede dar cuenta y que será retomado en otros trabajos.

¹¹ Así, por poner un solo ejemplo de lo que quiero señalar, una serie de episodios de campo me mostró cómo en estas instancias se requiere que la banda provea a los organizadores de un rider y planta de escenario, concepto que resultaba completamente desconocido para mí pero también muchos de los músicos que conozco a partir de mi interacción con Concepto Cero. Con los conceptos de rider técnico y planta de escenario se refiere a una representación (generalmente gráfica, en forma de dibujo o croquis) de los canales que usa la banda/artista para tocar, incluyendo los dispositivos técnicos que demanda en vivo (como la especificación de la cantidad y tipos de micrófonos y amplificadores, la cantidad de pies –de micrófono, de teclado–, etc.). Esta representación también incluye la ubicación de cada integrante y sus instrumentos en el escenario. Este gráfico explica así al promotor y al personal técnico las necesidades del artista. Resulta entonces evidente el desconocimiento: estas bandas suelen autogestionarse sus propios recitales, armar sus escenarios y manejar su propio so-

nido: no precisan de dicho esquema.

¹² La distribución de los discos es uno de los problemas clásicos de los sellos “independientes”. Concepto Cero ha logrado establecer distribución física a través de un acuerdo con el sello Ultrapop, a partir de acuerdos propios con disquerías específicas (en La Plata, Capital Federal, Córdoba, Mar del Plata, Salta, Comodoro Rivadavia y Necochea) y a partir de las redes con otros sellos, en las ferias de discos que estos organizan. En cuanto a la distribución por Internet, en el último año, avanzaron en un contrato con una compañía especializada en distribución digital para sellos y artistas independientes, en un tipo de arreglo que se registra en otros sellos de la misma clase en La Plata. En el acuerdo con Concepto Cero, la compañía se encargaría del manejo de los discos del sello (si bien por el momento no todos los artistas se han sumado) en las plataformas globales de venta de música online Spotify, iTunes, Deezer y Amazon.

¹³ SADAIC gestiona los derechos de autor, CAPIF los derechos del productor sobre una producción discográfica en tanto esta sea “legal” (es decir, replicada), mientras AADI hace lo propio con los derechos de los intérpretes. En este contexto, el organismo AADI/CAPIF recauda los derechos de la música grabada en sus usos en radio, televisión, cine y cualquier lugar (físico o no) donde esta se reproduzca.

¹⁴ Así, por ejemplo, las ganancias de las presentaciones en vivo son reguladas para todas las bandas de la siguiente manera: 1) si la presentación fue generada y producida por el sello: 70% para el sello, 30% para el artista; 2) si la presentación fue generada y producida por el artista: 90% para el artista, 10% para el sello; 3) si la presentación fue coproducida: 50% para el artista, 50% para el sello.

Bibliografía

- Baym, N. y Burnett, R. (2009). Amateur experts International fan labour in Swedish independent music. *International Journal of Cultural Studies*, 12(5), 433-449
- Becker, H. (2008). *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes Editorial.
- Boix, O. (2011). *Yo toco la guitarra como soy: una aproximación etnográfica a la escena indie platense*. Tesina de Licenciatura inédita. Licenciatura en Sociología. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata.
- Boix, O. (2013). *Sellos emergentes en La Plata: nuevas configuraciones de los mundos de la música*. Tesis de Maestría. Maestría en Ciencias Sociales. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1015/te.1015.pdf>
- Corti, B. (2007). Las redes del disco independiente: apuntes sobre producción, circulación y consumo. En: VV.AA., *Las Industrias Culturales en la Ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Callon, M. (1986). Éléments pour une sociologie de la traduction. La domestication des coquilles Saint-Jacques et des marins-pêcheurs dans la baie de Saint-Brieuc. *L'Année sociologique* (1940/1948), (36), 169-208.
- Doeswijk, M. y Ruiz, F. D. (2007). *El rock platense de los años 90*. Tesis de Producción, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- Faulkner, R. y Becker, H. (2011). *El jazz en acción. La dinámica de los músicos sobre el escenario*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Fouce, H. (2010). De la crisis del mercado discográfico a las nuevas prácticas de escucha. *Comunicar. Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (34), 65-72.
- Fouce, H. (2012). Entusiastas, enérgicos y conectados en el mundo musical. En N. García Canclini, M. Urteaga Castro Pozo, y F. Cruces (Coords.), *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales* (pp. 169-185). Madrid: Ariel y Fundación Telefónica.
- Gallo, G. y Semán, P. (2012). Música y nuevas tecnologías: efectos de pluralización. *Revista Versión. Estudios de Comunicación y Política*, (35), 151-162.
- Semán, P. (2011). Editorial. *Revista Argentina de Estudios de Juventud* (4), s/p. Disponible en: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revistadejuventud/article/view/1520/1289>.
- García Canclini, N. (2012). Introducción. De la cultura postindustrial a las estrategias de los jóvenes. En N. García Canclini, M. Urteaga Castro Pozo, y F. Cruces (Coords.), *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales* (pp.3-24). Madrid: Ariel y Fundación Telefónica.
- García Canclini, N. y Cruces, F. (2012). Conversación a modo de prólogo. En N. García Canclini, M. Urteaga Castro Pozo, y F. Cruces (Coords.), *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales* (s/p). Madrid: Ariel y Fundación Telefónica.
- Gerber Bicecci, V. y Pinochet Cobos, C. (2012). La era de la colaboración. Mapa abreviado de nuevas estrategias artísticas. En N. García Canclini, M. Urteaga Castro Pozo, y F. Cruces (Coords.), *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales* (pp. 45-63). Madrid: Ariel y Fundación Telefónica.
- Hine, C. (2012). *The Internet: Understanding Qualitative Research*. New York: Oxford University Press.
- Irisarri, V. (2011). *Por Amor al Baile'. Música, tecnologías digitales y modos de profesionalización en un grupo de DJs-productores de Buenos Aires*. Tesis de Maestría inédita. Maestría en Antropología Social, IDES-UNSAM.
- Jalil, O. (2000). *Rock versión tinta. Antología del rock platense de los '90*. La Plata: La

comuna ediciones.

Lamacchia, M. C. (2012). *Otro cantar. La música independiente en Argentina*. Buenos Aires: Unísono Ediciones.

López, M. D. (2013). *Producción cultural, "élites culturales" y espacios de exhibición. Una aproximación a las experiencias en la ciudad de La Plata*. Ponencia presentada en I Jornadas Interdisciplinarias de Jóvenes Investigadores en Ciencias Sociales. IDAES, Universidad Nacional de San Martín. 8, 9 y 10 de mayo de 2013. San Martín, Buenos Aires, Argentina.

Luchetti, K. (2007). *Estructuración de la producción y organización empresaria en la industria fonográfica. El surgimiento de asociaciones de productores fonográficos 'independientes'*. Tesina en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Disponible en: <http://newpagecomunicacion.sociales.ub.a.ar/files/2013/02/1829.pdf>

Miguel, P. (2012). La pregunta por la creatividad. Notas sobre el análisis de la producción reciente en las industrias creativas argentinas. *Cuadernos de Filosofía Latinoamericana*, (33), 106, 113-129.

Ochoa, A. M. (2003). *Músicas locales en tiempos de globalización*. Buenos Aires: Norma.

Palmeiro, C. (2005). *La Industria Del Disco. Economía de las PyMEs de la Industria discográfica en la ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Secretaria de Cultura del Gobierno de la ciudad de Buenos Aires.

Peirano, M. (1995). *A favor da etnografía*. Rio de Janeiro: Relúme-Dumará.

Pujol, S. (2000). Enunciados Corporales. En O. Jalil (comp.) *Antología del rock platense de los '90*. La Plata: La comuna ediciones.

Quiña, G. M. (2012). *Entre la libre creación y la industria cultural. La producción musical independiente en la Ciudad de Buenos Aires desde 1999 a la actualidad*. Tesis de Doctorado inédita. Doctorado en Ciencias Sociales. Uni-

versidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Rodríguez Alzueta, E. (2005). Entre la elegancia del pop y el rock chabón. *Blog Cru-dos. Ensayos, tribulaciones y bocetos*. Octubre de 2005. Disponible en: www.rodriguezesteban.blogspot.com.

Stahl, G. (2004). It's Like Canada Reduced: Setting the Scene in Montreal. En A. Bennett y K. Kahn-Harris (eds.), *After Subcultures*. London: Ashgate.

Vecino, D. (2011). Nuevos sellos discográficos y la producción de música independiente en la ciudad de Buenos Aires, 1998-2010". En L. Rubinich y P. Miguel (comps.), 01 10. *Creatividad, economía y cultura en la ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Aurelia Rivera.

Vicentini, L. (2010). Cultura, rock y jóvenes en La Plata. En E. Gutiérrez, *Rock del país*. Jujuy: Editorial de la Universidad Nacional de Jujuy.

Vila, P. (1985). Rock nacional: crónicas de la resistencia juvenil. En E. Jelin (comp.), *Los nuevos movimientos sociales: mujeres, rock nacional*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

Woodside Woods, J.; Jiménez López, C. y Urteaga Castro Pozo, M. (2011). Creatividad y desarrollo: la música popular alternativa. En N. García Canclini, y M. Urteaga Castro Pozo (eds.), *Cultura y desarrollo: una visión distinta desde los jóvenes. Avances de investigación*. Madrid: Fundación Carolina.

Yúdice, G. (2007). *Nuevas tecnologías, música y experiencia*. Barcelona: Gedisa.

Yúdice, G. (2008). La transformación y diversificación de la industria de la música. En E. Bustamante (ed.), *La Cooperación cultura-Comunicación en Iberoamérica*. Madrid: AECID.

Zabiuk, M. (2009). Territorios del rock. Jóvenes universitarios y cambios culturales, 1960-1970. *Los trabajos y los días. Revista de la cátedra de historia socioeconómica de América Latina y Argentina*, (1), 69-87.