

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente

Reconocimiento de validez oficial de estudios de nivel superior según acuerdo secretarial 15018, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 29 de noviembre de 1976.

Departamento de Estudios Socioculturales Maestría en Comunicación de la Ciencia y la Cultura



“Prácticas de producción y modelos de autogestión en las industrias creativas de música popular urbana en el Área Metropolitana de Guadalajara.
Una aproximación sociocultural a las microeditoras fonográficas independientes del 2000 al 2020”

TESIS que para obtener el **GRADO** de
MAESTRO EN COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA Y LA CULTURA

Presenta: **RICARDO ALBERTO GUZMÁN FLORES**

Director: **RODRIGO DE LA MORA PÉREZ ARCE**

Tlaquepaque, Jalisco. mayo de 2021.

*Para mi madre Rosario, por creer nuevamente en mí e iluminar el camino,
para mi padre Rafael, por cuidarnos siempre ...*

AGRADECIMIENTOS

Esta investigación fue posible gracias al apoyo del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) y al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (Iteso).

Quiero agradecer a mi madre Rosario y mi padre Rafael, por darme la vida y enseñarme a afrontar mis propios retos, por los invaluable momentos que pasamos juntos y que conservo muy presente, por las alegrías y enseñanzas mediante su ejemplo, por su infinito amor. A mis sobrinos, Camila, Rodrigo y Anita, por sus sonrisas y cariño siempre que nos vemos, a mis hermanos Rocío y Rafael, a mis tíos y familiares.

Agradezco al Dr. Rodrigo de la Mora, por su acompañamiento, enseñanza, disposición y consejos que me brindó para seguir adelante como estudiante y persona. Ha sido muy grato y nutritivo compartir sugerencias de lecturas, música y puntos de vista durante este proceso de casi tres años, quiero reiterar mi reconocimiento por creer en este proyecto y tener la paciencia para guiarme en los senderos más sinuosos.

A la Dra. María Martha Collignon, por la enseñanza que me brindó como estudiante, por la calidez humana que recibí cuando colaboré como su asistente-becario, y por sus recomendaciones y apoyo que he recibido como docente de esta institución. Al Dr. David González y Dr. Rodrigo González, por el apoyo que me brindaron durante este *roadtrip*, por darme pistas en el trayecto, por motivarme a seguir adelante en la investigación y por su invaluable amistad.

A los lectores Mtro. Eduardo Quijano, y al Dr. José Juan Olvera Gudiño (Ciesas-Noreste); por su acompañamiento, interés y lectura crítica que me impulsó a continuar y definir muchos aspectos de esta investigación.

Quiero agradecer a las y los profesores de este programa de estudios por compartir sus conocimientos y ayudarme con sus comentarios tanto en clases y coloquios: Dra. Diana Sagástegui, Dra. Susana Herrera, Dra. Rocío Enríquez, Dr. Guillermo Orozco, Dr. Jorge

Ramírez, Mtro. Carlos Luna, Dr. Juan Larrosa, Dra. Alina Peña, Dr. Darwin Franco, Dra. Sofia Palau, Dra. Alejandra Navarro y a los coordinadores Mtro. Carlos Enrique Orozco y Dra. Adriana Pantoja por acompañarnos y escucharnos. También a la Dra. Kim Anne Carter, coordinadora de la maestría de Etnomusicología de la UdeG, por recibirme como estudiante de intercambio en el programa, y a Dr. Juan Pablo González (Arlac-Ims), Dr. Marco Antonio Juan de Dios Cuartas (UCM-Iaspm AL), Dr. Pedro Nunes Belchior (Inet) y Dr. Efraín Delgado.

A los colegas en ITESO, quienes me han abierto las puertas para colaborar en esta institución como profesor, al Mtro. Jesús Guridí, Mtra. Ariadna Ruiz, Mtro. Vicente Addiego, al *crew* de Labcaa (Yoshi, Ana, Rojo, Haroldo, Ramiro, Daniel, Chayito), Mtro. Jorge Valente, Mtro. Venancio Almanza, Mtro. Enrique Páez, Maricela Huerta, Mariana Fuentes y a Luci, por su gentil apoyo.

Agradezco a Cristian Cárdenas, Joharí, Johanzen, Cherry, Grecia y a Isaac, por su valiosa amistad. También a toda la banda que me apoyó en Guadalajara: Hi-Bass, Carlos Pesina, Ana Figueroa, Fonobisa, Ricardo Cerqueda, Ulises; al *crew* del Pare de Sufrir, al *crew* del Vietnam Bar (Francisco, Uvaldo y Roni), Javier Audirac, Rafa, Joss & Juan, Dj Mortal, Melisa Díaz, Karina León, Baqui y Almendra. A los estudiantes de Comunicación y Artes Audiovisuales de Iteso, Xulián Naranjo, Miguel Ángel González y Jorge Torres por su asistencia y colaboración en el registro audiovisual. A mis compañeros de generación de quienes aprendí y me llevo gratos recuerdos. A Víctor Hugo Abrego y Andrés Villa, por compartir pláticas interminables sobre música durante la pandemia.

Un agradecimiento especial a los directores de las microeditoras que hicieron posible varios encuentros en sus espacios de trabajo para concederme las entrevistas y ser parte medular de esta investigación y quienes a través de sus experiencias me ayudaron a comprender y reflexionar sobre inquietudes personales y académicas; Chass de Nopal Beat, Manuel Printzen de Poat Records, Diego Martínez de Abolipop, Audirac de Happy Garlic, Richard Damage de Techkilla Records, Bolo de Amp Records.

“Music is a weapon” – Fela Anikulapo Kuti

RESUMEN

La presente investigación consiste en un estudio sociocultural sobre industrias creativas de música popular urbana en el Área Metropolitana de Guadalajara entre los años 2000 al 2020, con el interés de profundizar en los modelos de organización y gestión de prácticas que se emplean en la producción de fonogramas; así como analizar qué implicaciones sociales y culturales han surgido de estas prácticas artísticas que se realizan en este espacio geográfico de México. Mediante tres ejes de análisis, el tecnológico, el estético y el económico, se describen los factores que inciden en las industrias creativas, que en este caso se definen como microeditoras fonográficas, a partir de dos premisas: a) son industrias creativas independientes que se condensan dentro de los medios de producción industrial y b) sirven de vinculación entre artistas y audiencia para dar a conocer productos culturales, obteniendo con ello tanto reconocimiento artístico como beneficio económico compartido.

El enfoque de esta investigación es de corte cualitativo y de carácter descriptivo-etnográfico, y considera como dimensiones centrales: 1) el contexto sociocultural de las microeditoras y 2) los procesos de producción discográfica como prácticas de producción social de sentido.

Palabras clave: Música popular urbana, Industrias Creativas, Microeditoras fonográficas.

ÍNDICE¹

Agradecimientos	02
Índice	05
Introducción	08
Lado A: Una perspectiva sobre la cultura discográfica	13
1.1 Sellos discográficos independientes y microeditoras en el mundo	14
1.2 Sellos discográficos de música popular latinoamericana	21
1.3 El contexto económico global de la producción musical	29
1.4 El contexto de la producción musical en el Área Metropolitana de Guadalajara	39
1.5 Pregunta de investigación, hipótesis, objetivos y justificación	43
Lado B: Referentes conceptuales	47
2.1 La Reproductibilidad Técnica	49
2.2 Industrias Creativas	53
2.3 Música Popular Urbana	58
2.4 Apropiación Tecnológica	61
2.5 Microeditoras Fonográficas	65

¹ Para esta investigación los capítulos están nombrados como *lados*, haciendo una analogía con la producción fonográfica donde la obra artística está dividida por cuestiones de capacidad de almacenamiento y tiempo de duración del dispositivo. En algunos casos son nombrados “*Sides* o *Lados*”. Para la aplicación en el cassette se refiere entonces al Lado A y Lado B, en algunas producciones en vinilo se pueden encontrar hasta Lado C, D, E, F, etc. Así, cada Lado en esta investigación se refiere a los diferentes apartados organizativos o capítulos que contiene este documento.

2.6 Independiente	67
2.7 Síntesis del capítulo	69
Lado C: Etnografía y abordaje cualitativo: memoria, espacios y herramientas para obtener información	71
3.1 Marco Teórico	71
3.2 Universo / Muestra	75
3.3 Proceso	85
3.4 En campo	88
3.5 Sistematización de la información	94
3.6 Síntesis del capítulo	103
Lado D: Relaciones entre tecnología, estética y economía en las prácticas de producción musical independiente	105
4.1 Eje Tecnológico	106
4.1.1 Acceso y apropiación de tecnologías para la producción musical	106
4.1.2 La producción a través de dispositivos tecnológicos	113
4.1.3 Las prácticas de circulación mediante la distribución online	115

4.2 Eje Estético	117
4.2.1 La originalidad y autenticidad de la obra artística	118
4.2.2 El catálogo artístico de las microeditoras	122
4.2.3 Los subgéneros musicales	124
4.2.4 La proyección visual	129
4.2.5 La creación de subsellos	134
4.3 Eje Económico	136
4.3.1 Autogestión	136
4.3.2 Profesionalización del artista y de la microeditora	141
4.3.3 La monetización y valor económico de la obra artística	142
4.3.4. Distribución comercial	147
4.3.5 Distribución independiente	148
4.4 Síntesis y conclusiones del capítulo	150
Conclusiones	155
Bibliografía	174
Anexo	183

INTRODUCCIÓN

En las dos primeras décadas del siglo XXI, una de las características principales en el desarrollo de proyectos de producción musical corresponde a la innovación mediante la apropiación y puesta en práctica de tecnologías que brindan nuevas posibilidades para la comunicación de ideas. Así, el cambio de milenio determinó el paso de la tecnología análoga a la digital (Greene, 2005), lo que propició una acelerada transición en los procesos de operación técnica del *hardware* al *software* y en la producción de dispositivos de reproducción en la industria musical². A la par de estos fenómenos, las empresas dedicadas a la manufactura comercial de dispositivos tecnológicos se ofrecieron a producir pequeñas cantidades y tirajes limitados para aquellos sellos discográficos³ que contarán con la posibilidad de hacerlo, es decir, lo que antes era exclusivo de los sellos discográficos “major” se trasladó a minorías representadas por diversos sectores artísticos en busca de la profesionalización. Bajo la premisa de crear proyectos autosustentables y de promover obras sonoras, han surgido esferas artísticas alrededor del mundo bajo la ideología *punk*⁴ *do it yourself*⁵ (hazlo tú mismo) y que en su mayoría son impulsadas por jóvenes que encuentran en las microeditoras fonográficas las vías para promover talento artístico, expresar una ideología y hacer circular determinado tipo de música en el ámbito local y global.

² Para el año 2020, se puede constatar que las tiendas departamentales y supermercados en “la sección de electrónica” ofrecen tornamesas como productos *retro* o *vintage* a precios accesibles y que incluyen tecnología digital en su fabricación. Tal es el caso de los puertos *USB* y el software para copiar los vinilos a mp3.

³ El término de sello discográfico es utilizado de manera similar para referirse a las compañías discográficas, casa disquera, disquera. Estas a su vez se encargan de la grabación, comercialización y distribución de música de diversos géneros musicales. También existen diferencias por la capacidad de capital económico y sus modelos de negocios, existen las “major” o compañías transnacionales y las que son consideradas sellos discográficos independientes del modelo comercial, para esta investigación se utiliza el término microeditora fonográfica, para referir a sellos discográficos independientes con una estructura económica, comercial y laboral limitada.

⁴ Los *punks* crearon nuevas formas de relacionarse y comunicarse. La apuesta principal fue promover una ideología antisistema tanto en lo político, tecnológico y cultural. La visibilidad del pronunciamiento *punk* avanzó y se impregnó hacia otras escenas musicales y movimientos sociales contraculturales, principalmente en Estados Unidos, Europa y Latinoamérica mediante fanzines, cassettes e indumentaria. Los *punks* lograron credibilidad de sus mensajes y crearon medios alternativos de comunicación e iniciaron un largo camino de autogestión y producción musical sin la aprobación de los medios masivos, ni de los mecanismos tecnológicos-industriales para la elaboración y comercialización de sus productos culturales.

⁵ El concepto DIY (*do it yourself*) surge del movimiento punk en la década de 1970 en Inglaterra. Engloba una ideología que impulsó a la creación y producción artística desde una perspectiva independiente (Hesmondhalgh, 1996; Strachan, 2003; Drijver den y Hitters, 2017). Hazlo tú mismo es una postura política en contra de la cultura de masas y la proliferación de industrias culturales alienantes.

Respecto a el empleo de *software* para la producción musical -como *Cakewalk, Sound Forge, Garage Band, Fruity Loops, Reaktor, Reason, Cubase, Audacity, Live Ableton* y los de código abierto como el *Max y Jitter*- que permiten grabar, mezclar y masterizar desde una computadora personal. También se crearon otros para la transferencia de archivos a través del tipo de conexión denominado P2P (peer to peer), tal es el caso del *Napster, Kaaza, Ares* y *Soulseek*, que permiten transferir grandes cantidades de información de manera casi inmediata; igualmente se exploró la innovación de los medios de comunicación digital con la radio por Internet mediante el *Winamp Shoutcast* y *Viastreaming*. Otra práctica frecuente fue la facilidad de subir videos con música a través de YouTube, y la opción de descargar música por plataformas legales como Soundcloud y Bandcamp; vale la pena incluir la disparada explosión de *dj's* que utilizaron el formato *mp3* en el *software Traktor o VirtualDj*, también el innovador servicio de compra de música digital que ofrece *Itunes*; y las plataformas de *streaming online* como Spotify; todo esto propició un impacto altamente significativo en el campo de la industria musical independiente, generando como uno de sus principales efectos, el desarrollo de plataformas para la circulación musical tanto físicas como digitales en el caso de *Juno o Beatport*, que ofrecen contenidos musicales provenientes de sellos discográficos y microeditoras de distintas ciudades del mundo con subgéneros como el *ghetto house, kuduro, electrocumbia, dark disco, liquid funk*, etc.

El interés por estudiar este tema surgió a partir de diversas experiencias personales: como comunicador, gestor de eventos, productor y coleccionista musical. Mi experiencia como locutor en programas musicales⁶ transmitidos en radios universitarias, gubernamentales y comerciales, tanto en AM, FM e Internet; me permitió observar y escuchar el fenómeno desde una mirada de divulgación musical en medios de comunicación. Bajo otros proyectos de gestión cultural, he desarrollado eventos y festivales⁷ en múltiples formatos con diversos apoyos estatales, empresariales e independientes lo que me hizo reflexionar sobre los propósitos socialmente pertinentes de la curaduría musical y la promoción del talento artístico en vivo. En cuanto a la experiencia que tengo colaborando en sellos discográficos, he coordinado producciones en formatos de discos compactos, vinilos y mp3. En China he colaborado con *Pocket Records*, en Estados Unidos con *Sonorama Discos*;

⁶ *Germinal 060, Lokomozión, Cue 98.7, Radiología.*

⁷ *Todosonadie, Interface, Plataforma, Sinapsis, Fascinoma, Radio Global LAA, Radio Global MAZ.*

y en México con *Static Discos*; y en los *netlabel*⁸ *Mandorla Records*⁹, *Poni Republic*, *Filtro*¹⁰ y *Vira*. En 2004 fundé *Germinal 060 Records*, editando el compilado “Resistencia a la Ausencia”¹¹ con bandas de géneros alternativos de Puebla. También en 2013 inicié *Ducado Records*¹², y en 2020 cofundé *Cambujo Records*, por lo que conozco algunos procesos en la industria musical independiente desde mi propia práctica y experiencia; por lo tanto sé también de la inversión de tiempo no remunerado económicamente, de la importancia y tenacidad en los esquemas de promoción, del proceso de abrir y cerrar ciclos creativos según las condiciones del momento, de la relación entre los artistas y las empresas, de las posibles diferencias entre miembros del mismo proyecto tanto ideológicas como estéticas que disminuyen la capacidad de producir de manera eficaz una obra artística, pero sobre todo la confianza que puede generar un sello discográfico con un artista a través del trabajo colaborativo mediante la claridad en cuentas y pagos respecto a la exposición de dicha música.

Estas situaciones me invitaron a reflexionar e investigar en torno a las estrategias implementadas para llevar a cabo proyectos de producción musical: me pregunté en torno a la manera en que se toman decisiones para lograr los objetivos; sobre cuáles son las intenciones de mantener un posicionamiento estético al producir subgéneros musicales y de qué manera estos elementos se configuran para otorgar sentido y dar cuenta de un fenómeno social, cultural, mediático e industrial. Otra motivación radicó en el interés personal por comprender desde la discusión académica, cómo funcionan las industrias creativas de música popular urbana y cómo es que llevan a cabo sus prácticas de producción.

Esta investigación sobre las industrias creativas de música popular urbana se desarrolla comprendiendo el periodo de los años 2000 al 2020, y toma en cuenta a los procesos económicos, estéticos y tecnológicos como elementos fundamentales e

⁸ *Netlabel* se refiere a un sello discográfico que distribuye contenidos mediante plataformas digitales. También tiene el respaldo de las licencias *Creative Commons* que son una herramienta legal de carácter gratuito que permite a usuarios usar obras artísticas protegidas por el derecho de autor.

⁹ Paredes Pacho (2008), en el artículo *Un país invisible. Autogestión, colectivos, cooperativas, microempresas y cultura alternativa*; en el apartado de Crítica a la Industria Cultural hace referencia a *Mandorla* y a *Filtro*, señalando a estos *netlabels* como plataformas activas de producción musical digital independiente en México.

¹⁰ Ídem.

¹¹ Editado en CD y con distribución en México mediante *Noise Kontrol*.

¹² Microeditora fonográfica independiente ubicada en Puebla entre los años 2013 y 2018. Se editaron vinilos y cd's de proyectos como *Clorofila: Nortec Collective*, *Childs*, *Los Músicos de José*, *Vachamata* y *Los Sex Sex Sex*. El proyecto contó con la distribución internacional de *Crosstalk Records* y en México con *Fonarte Latino*.

interdependientes en el interés de comprender las prácticas que se realizan para la producción de fonogramas; pretendiendo ofrecer claves de la situación que vive el AMG como una metrópoli importante en la historia y desarrollo de la industria musical de México.

Respecto a la revisión de literatura sobre el objeto de estudio, abordada en el Lado A, se colocan dos aspectos principales de búsqueda, el primero que comprende los sellos discográficos independientes y microeditoras en el mundo, y el segundo que comprende los sellos discográficos de música popular latinoamericana. De manera que, se trata de describir el fenómeno de las industrias creativas y su relación comercial, el uso y apropiación de tecnologías, su ideología independiente, sus actividades para la producción de fonogramas y un extenso debate sobre sus modelos de gestión económica. En el marco teórico, desarrollado en el Lado B, contemplo el concepto de la reproductibilidad técnica de Walter Benjamin (1989a) para explorar los procesos de autenticidad de las obras artísticas. También se describen otros conceptos que nos auxilian a explicar parte del fenómeno de la producción musical: industrias creativas, música popular urbana, apropiación tecnológica, microeditora e independiente.

En cuanto a la metodología, que presento en el Lado C, diseñé una estrategia etnográfica a través de la entrevista semi estructurada y la observación participante. Mediante estas técnicas registré los testimonios de los directivos en sus entornos de creación. También elaboré un grupo nominal, para compartir perspectivas entre pares sobre la producción musical en el AMG. De manera complementaria, la observación de presentaciones en vivo, el análisis a través de la escucha, la observación de los discos editados y de las recuperaciones en campo de evidencias como *flyers* de eventos, entrevistas en Internet y notas de prensa; fueron los recursos metodológicos puestos en juego a lo largo de la investigación. Todo esto para integrar un panorama del fenómeno y trazar una ruta que me permita reflexionar sobre expresiones sociales y artísticas a través de tres ejes de análisis. Los ejes de análisis nos permiten agrupar y distinguir las diversas prácticas que se realizan en las microeditoras fonográficas: el económico, donde se ubican las prácticas que abarcan el financiamiento, la colaboración, y la monetización de la música; el tecnológico, donde se encuentran las actividades de producción musical; y el estético; donde se percibe y reflexiona sobre los elementos tanto musicales como visuales de la obra artística, es decir lograr a través de estos elementos avanzar hacia la comprensión de algo más amplio como es el papel que dentro de

la sociedad implica la conformación de industrias creativas de música popular urbana. En específico, de los intereses, de las preocupaciones, de las prácticas y los problemas que suceden en las microeditoras.

En relación a la interpretación y análisis de los datos, presentados en el Lado D, a través de un corpus de categorías (*acceso y apropiación de tecnologías para la producción musical, la producción a través de dispositivos tecnológicos, las prácticas de circulación mediante la distribución online, la originalidad y autenticidad de la obra artística, el catálogo artístico de las microeditoras, los subgéneros musicales, la proyección visual, la creación de sub-sellos, la autogestión, la profesionalización del artista y de la microeditora, la monetización y valor económico de la obra artística, la distribución comercial y la distribución independiente*); se profundiza más a detalle en cada una de ellas para dar cuenta del fenómeno.

Finalmente, integrando los elementos analizados a lo largo de la tesis, en el apartado de las conclusiones presento las articulaciones que surgen entre los ejes estético, tecnológico y económico para describir las prácticas de las microeditoras fonográficas independientes, considerando profundizar en el valor de la ideología independiente y su relación con el término *underground*.

Lado A: Una perspectiva sobre la cultura discográfica

En el entorno académico los sellos discográficos y las microeditoras fonográficas se han investigado desde diferentes campos disciplinares, pero con intereses de estudio similares, investigaciones llevadas a cabo desde la economía, la economía política de la comunicación, la filosofía, la sociología, la sociología del arte, la musicología, los estudios de música popular, los estudios culturales, la literatura, la etnomusicología, el derecho y la comunicación, hacen evidente el notorio interés por explicar fenómenos del ámbito musical relacionados a las industrias culturales o a las industrias creativas. En estos estudios se aborda de forma recurrente el uso de la tecnología como un elemento inherente en los procesos de producción, preservación, circulación y consumo.

Para esta investigación la revisión de literatura tiene objetivos que considero sustanciales en el interés para determinar qué se ha estudiado, con qué finalidad y cuáles son las características y singularidades de las investigaciones precedentes. Así, centré la búsqueda sobre sellos discográficos independientes y microeditoras en el mundo y también de sellos discográficos de música popular latinoamericana; por lo que consideré dejar fuera investigaciones sobre producción musical que nombran superficialmente el registro fonográfico, otras que utilizan a los sellos discográficos para contextualizar un espacio o escena musical y también dejé fuera investigaciones que se centran en el análisis discursivo, musical y discográfico de una obra o carrera de un artista en particular.

Luego de hacer una revisión de la literatura, logré reconocer que las investigaciones, tesis, artículos académicos, *papers*, libros y textos periodísticos recopilados, señalan a Inglaterra¹³ como epicentro de investigaciones sobre sellos discográficos y microeditoras. Es importante señalar que otros países en los que se han realizado investigaciones sobre el tema son:

¹³ Cabe señalar que Inglaterra es un país con amplia trayectoria en el desarrollo de la industria de producción musical y que cuenta con míticos estudios de grabación que siguen en funcionamiento desde 1931, tal es el caso de *Abbey Road*, o la creación de sellos discográficos representativos en la música popular urbana como *Island Records*, *Ariwa Records*, *Factory Records*, *London Records*, *Soul Jazz Records* hasta los recientes *Brownswood*, *Soundway*, *Hyperdub* o *Tempa*. También la creación desde 1994 de medios de comunicación innovadores en radio FM y por Internet, tanto en formatos públicos y alternativos como la *BBC / Xtra* o *Rinse FM*. Todos estos elementos dan un contexto singular para señalar a este país como un pilar clave en el desarrollo de industrias creativas de música popular urbana y su relación directa con la tecnología y la cultura independiente.

Portugal, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Canadá, Colombia, Bélgica, Holanda, Chile, México y Argentina. Particularmente en este último país se ha dado una amplia discusión en idioma español respecto a industrias fonográficas y la producción musical a nivel local, nacional e internacional. Así, la suma de los trabajos producidos en los países mencionados integra un acervo que cuenta con documentación valiosa y reciente sobre el fenómeno de la creación de industrias creativas dedicadas a la producción musical independiente y a diferentes aspectos, como son sus modelos de gestión, la conceptualización mercadotécnica, la distribución en tiendas tanto físicas como *online*, y también del uso de tecnologías y el Internet como dispositivo de interconexión entre diferentes subculturas (Gelder, 2007) y puntos geográficos del mundo. A continuación, presentaré en primer lugar un recuento de estudios en torno a sellos discográficos independientes y microeditoras en el mundo; posteriormente, un recuento de estudios a nivel Latinoamérica.

Sellos discográficos independientes y microeditoras en el mundo

En la revisión de literatura enfocada a sellos discográficos y microeditoras en el mundo, existe información valiosa para comprender el fenómeno de la producción musical independiente; particularmente considero importante destacar el trabajo de David Hesmondhalgh (1996), *Independent record companies and democratisation in the popular music industry*, en tanto que podemos considerar esta investigación es un punto de partida para explicar algunas prácticas centrales en el ámbito de la producción musical independiente a través de analizar la relación entre sellos discográficos, medios de producción industrial y la música alternativa en Inglaterra; por estas y otras aportaciones, es un documento ampliamente consultado y citado en otras investigaciones posteriores. Dos años más tarde Hesmondhalgh (1998), publica *The british dance industry: A case study of independent cultural production*, un artículo de industrias creativas independientes de música electrónica dance, en el que argumenta que en Inglaterra, existe una escena de producción musical y consumo que se encuentra descentralizada de las industrias culturales debido a que un gran número de pequeñas empresas están interesadas en colaborar mutuamente y afrontar los riesgos que surgen en la industria discográfica.

Por otra parte, Robert Strachan (2003) en su tesis de doctorado titulada *Do it yourself: Industry, ideology, aesthetics and micro independent record labels in the UK*, coloca el

concepto *do it yourself* como el eje ideológico para la creación artística y la gestión de bienes simbólicos en la escena musical independiente británica en la década de 1980-1990. Así, examina que existen diferentes escalas económicas y de profesionalización en el fenómeno de la producción musical. La tesis, presenta desde un enfoque multidisciplinario las dimensiones industriales, ideológicas y estéticas de la práctica de la música popular (p.2).

La industria discográfica y la migración de valor, de Estela Civano (2003), es un artículo que aborda los procesos de distribución y los modelos de negocios que enfrenta la industria musical a nivel global a partir del uso del Internet; así pues, explica a través de una valoración al consumo de música digital cómo se han modificado las prácticas de venta musical. Señala, que, con la llegada de aparatos domésticos como grabadoras y después computadoras, la masificación de la música se presentó como un fenómeno que iba en contra de los sellos discográficos transnacionales, en consecuencia, el círculo de competencia se ha extendido a muchos sectores sociales para su consumo. Sin embargo, advierte que la digitalización de la música afecta a un grupo de agentes (productores, artistas, músicos de sesión, ingenieros, etc) que están ligados a este sector de la producción musical. En 2005, Kembrew McLeod, presenta *Mp3 are killing home taping: The rise of Internet distribution and its challenge to the major labels music monopoly*, en el cual discute cómo la industria musical tuvo un impacto de recesión de ventas a nivel global debido a la aparición de los formatos digitales como el *mp3* y los nuevos modelos de distribución *online* a principios del segundo milenio; por otra parte, Robert Strachan (2007) publica *Micro-independent record labels in the UK. Discourse, DIY cultural production and the music industry*, en el que retoma su investigación sobre el concepto *do it yourself* y señala que las características laborales que presentan los sellos discográficos son similares a las que se ejecutan en las micro empresas, es decir que son proyectos llevados a cabo por una persona y las unidades de producción son de carácter limitado, a este fenómeno Strachan lo denomina *micro-record labels*. A partir de las aportaciones de Strachan (2003, 2007), se establece una clara tendencia en investigaciones posteriores a referir su trabajo como una pieza clave para entender la autogestión y a las industrias creativas de producción musical desde el enfoque de las microeditoras.

Otro trabajo relevante es el artículo *From the vinyl to one/zero and back to scratch: Independent belgian micro labels in search of an ever more elusive fan-base*, de Bart

Cammaerts (2010), quien coloca a la escena musical de Bélgica como una fuente activa de producción discográfica mediante la creación de microeditoras independientes que utilizan el Internet y diversas tecnologías para la producción musical. Además, señala que muchas microeditoras dependen de una base de *fans* con la se identifican a través de un reconocimiento de capital social y capital cultural. En el mismo año, en España, Héctor Fouce (2010), en *Tecnologías y medios de comunicación en la música digital: De la crisis del mercado discográfico a las nuevas prácticas de escucha*, analiza de qué manera las nuevas tecnologías han puesto en jaque a las compañías trasnacionales debido a la práctica de la libre descarga y el intercambio de archivos en sitios web. Además, señala que estas prácticas han modificado las formas de consumo y por lo tanto afectan las reglas impuestas en el mercado discográfico transnacional.

Dando cuenta de la ambivalencia de las transformaciones tecnológicas, en el artículo *The disruptive nature of digitization: The Case of the Record Music Industry*, Francois Moreau (2013), presenta al fenómeno de la digitalización como un elemento que ayuda a la creación de industrias culturales, además enfatiza que la tecnología y la piratería operan como factores que perjudican económicamente a las empresas trasnacionales. Por su parte, los autores Andra Leurdik y Otilie Nieuwenhuis (2012), colaboran en la investigación *Statistical, Ecosystems and competitiveness analysis of the media and content industries: The Music Industry*, en la cual abordan un caso de estudio situado en la Comunidad Europea que ofrece claves para pensar en los beneficios de la creación de proyectos competitivos desde el uso de tecnologías y la innovación de estrategias de divulgación en la industria musical mediante el Internet.

Mapas sonoros, netlabels y culturas emergentes. Una aproximación sobre la fonografía y el paisaje sonoro en la Era Digital de Eduardo Comelles (2012), enmarca el proceso de la digitalización y describe cómo a partir del mismo se ha generado una democratización en el campo musical, en tanto se han creado *netlabels* (sellos discográficos *online* de libre descarga) lo que ha permitido mayor circulación de músicos emergentes a nivel global que distribuyen música de forma legal. Los autores Luis Albornoz e Ignacio Gallego (2012); se acercan al fenómeno cultural de la movida española mediante el artículo *The popular music industry in Spain: independent record labels in digital era*, en el que analizan alrededor de cincuenta sellos discográficos de subgéneros alternativos en España,

de los cuales, muchos datan desde la época de los noventas como plataformas independientes de divulgación musical y que seguían vigentes hasta el año 2011. Así, se enfatiza en las prácticas que logran los sellos discográficos mediante las estrategias de mercadeo, promoción y presencia internacional, así como los servicios de distribución *online*.

Constanza Abeillé (2015), se transporta a la edad de oro de la escena de *Madchester* de finales de los setentas en *Un análisis de sociología de la cultura: Manchester sound, Factory Records y Joy Division*, un artículo en el cual analiza la crisis discográfica de modelos independientes en Inglaterra hacia final del siglo XX debido a los elevados costos de producción y difusión en los medios de comunicación. Por otro lado, menciona el problema de la concentración de poder que ejercieron las transnacionales en este país sobre los sellos discográficos independientes, destacando el caso de *London Records*, compañía que adquirió todo el catálogo de *Factory Records*, debido a la abrupta bancarrota por malos manejos económicos y por la deuda que generó la debacle del proyecto alterno, el *nightclub The Hacienda*.

En Finlandia, el etnomusicólogo Juho Kaitajärvi-Tiekso (2016), presenta *Alternative Virtuality: Independent Micro Labels Facing the Ideological Challenge of Virtual Music Culture: The Case of Finnish Ekstro Records*, un estudio de caso que examina mediante el concepto de hegemonía cómo se producen las relaciones de poder y de dominación entre las microeditoras independientes (Strachan, 2003) y las plataformas de comunicación digital. Así, coloca a la producción independiente como “una opción de contrahegemonía que beneficia y apoya a los artistas alternativos marginales” (Kaitajärvi-Tiekso, 2016, traducción propia); dichos artistas son quienes utilizan el Internet y las redes sociales para promocionarse. El mismo autor presenta *Challenging Streaming. Politics of Resistance of the Micro Labels in Finland in the Age of Streaming*, en el cual señala que existen entre “70 a 100 microeditoras en Finlandia, de géneros desde el punk a la electrónica, quienes identifican la autonomía del arte, como una propuesta de resistencia ante las prácticas capitalistas que ofrecen los *major labels*” (Kaitajärvi-Tiekso, 2017).

El investigador Francois Mouillot (2017) se adentra en los sonidos experimentales con *Distribution Ambiances Magnétiques Etcetera and Constellation Records: DIY record labels and the Montreal experimental music scene*, tesis de doctorado que plantea la importancia de los sellos discográficos independientes para la creación de escenas y

audiencias en el ámbito de la música experimental - electroacústica en Canadá.

Desde la perspectiva de la Sociología del Arte, Robin den Drijver y Eric Hitters (2017) en el artículo *The business of DIY. Characteristics, motives and ideologies of micro independent record labels*, describen las características de catorce microeditoras independientes holandesas, sus modelos de distribución, los riesgos y las estrategias enfrentadas al producir fonogramas de artistas emergentes. Otro aporte en la línea de los intereses de esta investigación es el de Nuno Belchior (2018), titulado *Colectivismo, sinergias y valor artístico: el espacio de las pequeñas discográficas independientes en Portugal en el siglo XXI*, investigación basada en una etnografía de doce sellos discográficos en Portugal, en la que, tomando como centro el concepto de colectivismo sitúa las interacciones y prácticas que se realizan en las microeditoras entre los productores musicales y los directores de sellos independientes.

En el año 2018, Juho Kaitajärvi-Tiekso presenta *Proud Amateurs: Deterritorialised Expertise in Contemporary Finnish DIY Micro-Labels*, en esta ocasión retoma el concepto de desterritorialización (Deleuze & Guattari, 1980/2004) para representar diez sellos discográficos, los cuales no están definidos por una ideología laboral o una determinación artística que tenga fines comerciales, sino más bien sus prácticas y roles laborales aún evocan la dicotomía entre lo amateur y lo profesional (Kaitajärvi-Tiekso, 2018). Para finalizar, Pablo Rodríguez (2019), en *La música, un sector en crecimiento sin modelo de negocio*, desde la economía política formula posibles modelos alternativos para que las industrias creativas dedicadas a la producción musical puedan sobrevivir a los bruscos cambios que demanda la digitalización.

A manera de síntesis en torno al contenido analizado en los diferentes trabajos antes expuestos, como elemento común, logré reconocer que gran parte de las investigaciones otorgan relevancia a los valores y a las prácticas en el campo de la música independiente pero también ofrecen señales para comprender las prácticas que suceden en los sellos discográficos “major”, las cuales se diferencian de las independientes debido a sus modelos de negocio y de los métodos utilizados en la producción, promoción y circulación musical.

Sobre este aspecto, lo primero a considerar es el crecimiento paulatino y avasallante de los sellos discográficos llamados “majors” (Sony, Universal, Warner) los cuales controlan hasta el 70% de las ventas totales de productos fonográficos en distintos formatos (Civano,

2003; Leurdijk y Nieuwenhuis, 2012) y del consumo musical en la industria fonográfica internacional. Así, los trabajos revisados destacan que las empresas transnacionales han incorporado paulatinamente a sus catálogos de venta algunas de las tendencias musicales alternativas (rock, hip hop, electrónica, *world music*, etc) con el fin de sobrevivir y fortalecerse a partir de los gustos de las nuevas generaciones; esto ha dado paso entre otras estrategias a la creación de la “figura” de artistas nacionales que cuentan con bastante cobertura y promoción mediática en sus países de origen.

De tal modo que, lo revisado en los anteriores trabajos revela que el mercado global de la industria musical es acaparado por medios de comunicación y empresas transnacionales quienes también dominan y ejercen control sobre las audiencias al programar en la radio, el cine y la televisión música de las compañías discográficas *Sony, Universal, Warner* y sus múltiples subdivisiones artísticas. Por esta razón, la confección y elaboración de productos musicales tienden a promocionarlos hacia la mayor cantidad posible de consumidores y de diversos sectores de la población, disminuyendo las posibilidades de otros sellos discográficos y en este caso de los independientes para alcanzar el mismo apoyo mediático.

El segundo aspecto a considerar es que las microeditoras emergen como respuesta al control que ejercen las compañías transnacionales en el mercado global de la industria musical y en los medios de comunicación. Así, surgen iniciativas de creación desarrolladas desde un posicionamiento independiente y provoca que nuevos sellos discográficos inicien actividades en diferentes latitudes divulgando bandas y artistas. En este sentido el concepto DIY (*do it yourself*) engloba una ideología que impulsó la producción artística desde una perspectiva independiente y autónoma (Drijver & Hitters, 2017); a su vez dinámicas como el colectivismo y *networking* (Abeillé, 2015; Belchior, 2018); han propiciado la democratización en la industria musical en las últimas décadas debido a la descentralización en los medios de producción y desarrollo de nuevos medios alternativos de comunicación como es el caso de la impresión de *fanzine*, y por Internet a través de *netlabels, webzines*, estaciones de radio, etc.

El tercer aspecto a tomar en cuenta dentro de los temas comunes reconocibles en los trabajos revisados, son las condiciones para la creación de las microeditoras: las microeditoras tienden a ser modelos especializados de producción musical (Belchior, 2018) y el contacto entre los artistas y su audiencia es más directo con respecto al existente entre

los sellos discográficos comerciales y sus consumidores. Algunos elementos para describir a las microeditoras es que funcionan como modelos participativos, colectivos, culturales, económicos, artísticos y sociales mediante prácticas musicales con una *ideología independiente* (Strachan, 2003). Estos factores, ofrecen claves para entender que el desarrollo de la cultura independiente, motivada por la ideología DIY como factor clave en la creación de industrias musicales y en el desarrollo de géneros musicales especializados, propiciando una cultura musical que es al mismo tiempo *local* y *global*.

En cuarto lugar, puedo destacar a las investigaciones que se centran en las prácticas derivadas del creciente uso de la tecnología, esto ha planteado reformular la manera de consumir, escuchar y obtener la música (Kaitajärvi-Tiekso 2016, 2018). Por una parte, la digitalización ha jugado un papel fundamental en la conformación de microeditoras independientes que distribuyen la música de manera legal tal es el caso de los *netlabels*¹⁴ (Comelles, 2012). Así, la digitalización ha repercutido a través de diversas prácticas, por un lado, las que son denominadas “de piratería” debido a la reproducción masiva de contenidos musicales sin licencias legales en plataformas gratuitas en Internet, y las prácticas referentes a la transferencia *peer to peer* entre usuarios de la red, las de libre descarga por medio de *torrents* en sitios *web* especializados con folders de archivos *mp3*, además de la elaboración de copias en disco compacto o *usb* tanto para el uso personal como para la venta masiva, todo esto ha propiciado que ni los sellos discográficos, ni los artistas tengan acceso o control sobre la distribución, mercantilización o comercialización de sus composiciones y en estos casos, no pueden reclamar las regalías mediante los derechos de autor (McLeod, 2005). Por tanto, es evidente que el uso de tecnologías en la industria musical ha permitido la formación de numerosos sellos discográficos organizados de manera independiente (Drijver y Hitters 2017), incluso las microeditoras (Hesmondhalgh, 1998; Strachan, 2003; Drijver y Hitters, 2017; Belchior, 2018) se están creando para distribuir y divulgar diversos tipos de subgéneros musicales en todo el mundo como reacción al control en la industria musical, medios de comunicación y hasta por altos costos en los procesos de manufactura.

A partir de lo anterior, se puede afirmar contundentemente que el uso de las tecnologías ha ayudado de manera fundamental al crecimiento de nuevas redes que

¹⁴ Sellos discográficos de libre descarga en Internet.

configuran y nutren los ambientes artísticos emergentes, alternativos e independientes. Por otra parte, se puede apreciar que las ganancias económicas que se derivan desde una visión empresarial y transnacional de las compañías “major” se han visto significativamente afectadas por la llegada de innovaciones tecnológicas y por la digitalización debido al incremento de usuarios que logran descargar música gratuita y obtener distintos *softwares* sin la necesidad de comprarlos legalmente. Cabe mencionar que esta práctica de gratuidad, en la mayoría de las ocasiones recorre un camino y una cadena de valor (Civano, 2003), en donde el producto, en este caso una canción o *software* se mercantiliza a través de las descargas. La monetización de las descargas funciona a través de portales que promueven publicidad, por ello, es posible obtener la música y diversos contenidos gratuitos.

Sellos discográficos de música popular latinoamericana

Al llevar a cabo la búsqueda de estudios sobre sellos discográficos de música popular en Latinoamérica, pude reconocer que notablemente destacan algunos trabajos, en particular publicados entre el 2004 y 2017. Iniciaré por la publicación *La Industria del Disco. Economía de las PyMEs de la industria discográfica en la Ciudad de Buenos Aires*, un estudio del Observatorio de Industrias Culturales (2004), que desde una metodología cuantitativa se propone clasificar y enumerar a sellos discográficos independientes para que desde instancias de gobierno se fomente la creación de políticas culturales que apoyen procesos de producción musical. Además, el documento señala que los conceptos de industria discográfica e industria musical, se mueven hacia un mismo significado debido a la relevancia que tiene la estandarización, la producción seriada y de almacenamiento que otorga un disco. A través de la producción discográfica es que se puede hablar de la industria musical, en donde algunas de estas empresas trabajan bajo lógicas corporativas como sistemas de negocios.

En *La singularidad de la industria del disco independiente de música tradicional en la región andina de Colombia*, Sandra Velásquez (2010), realiza un recuento histórico a través de testimonios de productores independientes que narran el proceso de comercialización de la música andina por discográficas nacionales; donde apuntan que estas prácticas surgieron debido a la prohibición de importaciones al país y coloca el término de “música colombiana” para determinar si existe una hegemonía ante otros ritmos tradicionales y regionales, por ejemplo en particular destaca la documentación en torno al caso del

Bambuco, género tradicional de origen andino asociado a la danza que fue denominado “ritmo nacional”¹⁵ (Velásquez, 2010, p.325); además señala la multiplicidad de modos de producción de música tradicional andina y de la adaptación de tecnologías y medios de comunicación para la circulación de la música colombiana independiente. A su vez, en el capítulo *Referencias fonográficas para la música popular urbana mexicana*, Eduardo Contreras (2010), esboza un recuento comentado en torno a sellos discográficos nacionales e internacionales de música popular mexicana, el caso de *Orfeón* y *Peerless*, entre otros; los cuales a través de los años fueron desapareciendo, cediendo y vendiendo los catálogos de producción musical a otras empresas internacionales.

En *Aproximación a la industria discográfica y su relación con la industria radial en Chile (1964–1967)*, Claudio Gajardo (2011), analiza el proceso de grabación profesional como fuente de inspiración de los artistas locales y cómo a partir de la llegada de compañías transnacionales estas producciones tuvieron más visibilidad y audiencias, aunque por otra parte surgió la figura del *discjockey* - locutor, quien era la persona encargada de decidir qué música transmitir en la radio y cuál no. Ornela Boix (2013), en *Sellos emergentes en La Plata: Nuevas configuraciones de los mundos de la música*, coloca los sellos discográficos independientes en la ciudad de La Plata en Argentina, como una fuente activa de producción de contenidos digitales a través de redes colaborativas y de la implementación de estrategias en Internet, en el cuál describe a la producción musical como un complejo proceso de gestión y de relaciones con diversos actores, instancias y plataformas que articulan la industria musical.

El estudio de Daniel Schachter (2016), titulado *Hacia una metodología para la recuperación del Patrimonio Sonoro Histórico* expone lineamientos para llevar a cabo la preservación fonográfica y sitúa el proceso de reconstrucción del acervo de la Fonoteca de la Universidad Nacional de Rosario por medio de métodos de digitalización. En el texto *Fábricas de Músicas. Comienzos de la industria discográfica argentina (1919-1930)*, Marina Cañardo (2017) reconstruye el panorama de la industria fonográfica argentina a través de un acercamiento historiográfico donde coloca los cambios de tecnología de la grabación y su relación con sellos discográficos internacionales como Victor y Odeon, y cómo a su llegada

¹⁵ Velásquez (2010), señala que esta denominación de “ritmo nacional”, limitó a la comprensión de otras músicas como el caso de los ritmos del Caribe, entre los que se encuentra el vallenato.

aparecieron modelos y estrategias ligadas a la promoción del tango; esto trajo consigo la construcción de una nueva identidad nacional y la consolidación internacional de la “música argentina”. Así, tanto los cambios tecnológicos como la influencia del tango a nivel mundial contribuyeron a la creación de nuevas condiciones sociales, económicas, estéticas y laborales del músico argentino y de la consagración de la cultura musical en dicho país.

Con el interés de destacar los aportes de los anteriores trabajos, a continuación, expondré algunos elementos que considero relevantes para comprender ciertos debates que existen en Latinoamérica, respecto de las variables que interactúan en la conformación de proyectos discográficos, así como algunos motivos para su desaparición. Entre los factores recurrentes identificados en la literatura revisada, puedo destacar la poca apertura de los medios de comunicación para la divulgación de contenidos artísticos no comerciales (Velásquez, 2010), la limitada profesionalización de artistas locales ante la escasez de espacios para la transmisión y ejecución de música (Observatorio de Industrias Culturales, 2004), la influencia de los sellos discográficos transnacionales en los medios de comunicación (Gajardo, 2011) y los agudos problemas de financiamiento por los que atraviesan proyectos discográficos independientes (Velásquez, 2010); aunado a estos elementos que dificultan la producción musical y su financiamiento, muchos artistas o agrupaciones locales cuentan por las propias características de su música con audiencias reducidas. En tanto productos culturales, los fonogramas son resultado de condiciones y prácticas de un momento en un espacio y tiempo determinado (Schachter, 2016); por esta razón, conviene incorporar al análisis que las formas en cómo se produce y consume música se definen hoy, en buena medida por la relación entre juventud y uso social de las tecnologías (Boix, 2013).

En América Latina los sellos discográficos existen desde hace aproximadamente 92 años mediante modelos que han situado una tradición fonográfica en los diversos tipos de música que van desde el folklore, tradicional, rock, pop, tango, urbana, trova, jazz, ritmos del mundo, tropical, cumbia, bolero hasta la música electrónica (Contreras, 2010). Cabe señalar como lo expone Cañardo (2017, p.15) que “la grabación de la música produjo una valoración inédita de la interpretación musical”, en este sentido los sellos discográficos trabajan en índices de *temporalidad* a través de géneros musicales. En Argentina, la llegada de las empresas fonográficas Odeon y Victor alrededor de la década de 1920, tuvo como característica singular que además de producir discos también se dedicaban a la

comercialización de aparatos reproductores, lo que trajo consigo un primer auge de la industria discográfica (Cañardo, 2017); esta autora destaca la importancia de grabar música en relación al incremento y fomento de espacios para bailar tango. En contraparte, en países como Colombia en la década de 1940, las medidas de restricción sobre las importaciones extranjeras afectaron la industria musical al considerar a los discos como “objetos suntuarios” (Velásquez, 2010, p.323), lo que propició la creación de industrias nacionales enfocadas a la música tradicional y música popular.

En Chile, a mediados de la década de 1960, los sellos discográficos latinoamericanos como Orpal, lograron que sus artistas fueran invitados a las estaciones radiales a promocionar sus discos; los músicos que sobresalieron en el mercado discográfico en gran medida fue debido al apoyo de compañías internacionales residentes; tal es el caso de Victor y Odeon. En los años posteriores, privó una insatisfactoria relación entre los sellos discográficos independientes y los medios de comunicación comercial por la falta de empatía y reconocimiento social (Gajardo, 2011).

Según expone Gajardo, un fenómeno vigente desde la década de 1960 y hasta la actualidad es la relación casi nula que existe entre “los sellos discográficos independientes con la radio comercial y cómo la figura del disc-jockey/locutor representa a un líder de opinión que logra por medio de su estilo determinar el éxito o fracaso de los artistas” (2011, p.350). Así, los sucesos de éxito comercial más relevantes de los sellos discográficos transnacionales en Latinoamérica, emergieron cuando lograron la sustentabilidad económica a través de los años, los proyectos cambiaron de nombre, compraron otras divisiones y unificaron los catálogos artísticos para seguir vigentes como monopolios en la industria de la música popular. Un elemento importante a destacar es que muchos sellos discográficos en Latinoamérica, surgen con el objetivo central de registrar, preservar, producir y distribuir grabaciones de obras musicales compuestas por autores locales o nacionales y quizá internacionales (Contreras, 2010; Schachter, 2016).

Hasta el año 2004, se detectaron en la ciudad de Buenos Aires, por lo menos setenta sellos discográficos independientes en riesgo de desaparecer por problemas de financiamiento, acceso a los medios de comunicación, falta de reconocimiento local y por la falta de profesionalismo (Observatorio de Industrias Culturales, 2004). Otro elemento crucial en estas dinámicas es que muchos medios de comunicación exigían calidad integral al artista

mediante un *hit* radial y la ejecución del *show* en vivo para considerar ser transmitidos; es importante destacar que, en Chile, como reacción a los medios de comunicación y “la imposición de reglas estrictas para silenciar procesos artísticos de música popular” (Gajardo, 2011, p. 350) han surgido iniciativas independientes que promueven prácticas de edición de discos (Civano, 2003).

De acuerdo a lo revisado, es posible reconocer claras tendencias en los fenómenos que suceden dentro de los sellos discográficos independientes y las microeditoras, la mayoría de autores coinciden en que los procesos de consumo se han diversificado hacia una hibridación de múltiples dispositivos de reproducción mediante el uso de tecnologías para la divulgación y comercialización de las obras musicales (Boix, 2013; Schachter, 2016). Sobre este particular, conviene advertir que la postura centrada en autogestionar proyectos artísticos desde la digitalidad ofrece otro panorama de las prácticas de producción y otorga autonomía de composición, *marketing* y distribución que muestran una visión y un halo independiente. Puedo constatar que los temas relacionados con la tecnología y la interacción entre intermediarios y músicos mediante plataformas *online* son abundantes y con una relación cercana a la creación de proyectos fonográficos independientes. La actividad laboral, es una línea que está vigente en las investigaciones y que nos muestra la variedad de prácticas de gestión, autonomía y modelos independientes de producción musical al establecer la vocación y creación de reglas laborales asumidas conscientemente para la realización y profesionalización de fonogramas que buscan finalmente ser escuchadas y consumidas.

Un eje analítico común en los trabajos revisados consiste en señalar que los modelos imperantes de cómo producir música se han redefinido en función a la digitalización y a los factores económicos que han modificado los procesos productivos de las grandes compañías internacionales; lo anterior ha llevado a las compañías “majors” a recurrir a soluciones que se emplean en circuitos independientes y alternativos como son la transmisión y venta *online* de la mayor parte de sus catálogos de música popular y también la modificación de su relación con los medios de comunicación comercial y las agencias de *booking*¹⁶ para desarrollar

¹⁶ En México existen agencias de Booking como *Seitrack Ocesa*, *Kaiman Entretenimiento*, *Derre-tida*, o *Los Caballeros*, que representan artistas para generar dinero de la venta de los conciertos, en muchos casos las *majors* están en contacto con los medios de comunicación y agencias de *booking* para realizar conciertos de

campañas publicitarias y propiciar la venta masiva de las producciones discográficas. Así, la dinámica de articulación entre las prácticas mostradas ofrece claves para comprender el proceso de manera global - local y permite comprender el rol que juegan los medios de comunicación comercial al ejercer control en el proceso de circulación de la obra y al determinar qué tipo de música merece ser transmitida y por tanto comercializada (Gajardo, 2012).

Dentro de lo revisado, es posible reconocer también que otro elemento que influye ampliamente en la industria musical es la visión de muchos sellos discográficos que grabaron y continúan grabando música con alcance masivo; en estos sellos los procesos creativos se establecen y arraigan en estrecho vínculo con los medios de comunicación para lograr controlar la mayor parte de artistas y generar amplias audiencias con lo cual consiguen mayor popularidad y por lo tanto ganancias económicas. De ahí las pocas opciones de los sellos discográficos independientes para divulgar artistas y entrar en este tipo de medios de comunicación comercial sin hacer uso de la práctica de la *payola*, término que proviene del inglés “pay” y que significa pagar y en México; esta acción corresponde a sobornos, intimidaciones o pagos directamente entre sellos discográficos “major” a los medios de comunicación para conceder espacios y pautas de transmisión para impulsar la carrera artística y el consumo de la producción discográfica de dichas empresas.

A manera de síntesis e integración de lo expuesto en los dos apartados anteriores, considero relevante destacar que a partir de la revisión de literatura existen principalmente trabajos que son: por una parte, los *estudios de sellos discográficos independientes y microeditoras en el mundo* y, por otro lado, los *estudios de sellos discográficos de música popular latinoamericana*, ambas ofrecen elementos para proponer de qué manera suceden estas prácticas a nivel global y local. Cabe señalar que se han identificado varias dimensiones para contextualizar la producción musical independiente; en este sentido mi interés apunta a retomar conceptos propuestos en la revisión de literatura para describir las prácticas de producción desde la interdisciplinariedad tomando en cuenta las microeditoras independientes en el Área Metropolitana de Guadalajara, en el estado de Jalisco, uno de los principales núcleos de diversidad musical en México.

promoción como los festivales gratuitos de estaciones de radio o marcas comerciales para promocionar de manera masiva dichos lanzamientos del catálogo.

En este caso, analizando las prácticas de industrias creativas de música popular urbana ejecutadas por jóvenes que utilizan diversas tecnologías y tratan de expresarse artísticamente ante el control de los medios de comunicación y de la comercialización de ciertos géneros musicales por compañías transnacionales o de las innovaciones tecnológicas de altos costos (Boix, 2013). Con este propósito, considero viable en tanto punto de partida para el presente estudio, los acercamientos académicos revisados, ya que ofrecen la posibilidad de situar esta investigación en el panorama académico mediante la actualización de los debates de investigadoras e investigadores de diversas disciplinas y localizaciones geográficas que explican prácticas de producción fonográfica de las microeditoras a nivel local y global. A su vez, considero relevante reconocer diferentes objetos de estudio para elaborar una propuesta con un enfoque propio y que aporte otras categorías analíticas para comprender el fenómeno desde otro punto geográfico y marco interpretativo.

La apuesta de este trabajo es describir desde una mirada sociocultural cómo se caracterizan ciertas prácticas a nivel estético, tecnológico y económico en tanto que operan como elementos que convergen entre sí. Esto permite referir de qué manera se produce sentido y de qué manera estas prácticas se inscriben en los terrenos de lo social, de lo artístico, de lo independiente y de qué manera se incorporan al circuito del consumo cultural.

Reconozco, a partir de las investigaciones revisadas, que no todas se enfocan en explicar algunas prácticas de producción musical recurrentes como lo son: el momento de la creación del *track*, el ensayo, la grabación, la mezcla, masterización y los procesos de postproducción. Tampoco se profundiza sobre la elaboración de ideas que prosperan para la conformación del diseño gráfico que representa la música, sino que algunas se centran en investigar cómo funciona el sistema de promoción y venta de los discos a nivel masivo, y otras más en caracterizar la respuesta de la audiencia al obtener música mediante la compra digital; en su mayoría explican los procesos de digitalización y circulación de contenidos, o miden cuantitativamente la producción discográfica; otras más, señalan las prácticas de descarga gratuita y piratería. Es importante destacar que no se encontraron investigaciones sobre pagos de regalías y de estudios de audiencias.

Quiero compartir mi interés por el estudio de prácticas que emergen de la producción fonográfica como un proceso extenso y con múltiples aristas para su estudio, experiencias

que son caracterizadas por personas que están detrás de dichos proyectos y que tratan de renombrar, visibilizar y exponer textos mediante procesos artísticos (Havens et al, 2009); en este caso, las narrativas de los directivos de los proyectos son los elementos indispensables para conocer el contexto sociocultural y obtener la información en torno a las maneras en que se llevan a cabo estas prácticas y bajo qué condiciones emergen, y se transforman. Para ello, procuro describir la relación que existe entre las lógicas creativas y su relación con la tecnología para la producción y circulación de ideas colectivas a través de modelos de autogestión únicos que refieren a subgéneros musicales específicos (Negus, 1999; Márquez, 2013) o que sugieren una constante evolución musical, para así comprender cuál es el sentido de producir música en un espacio geográfico.

Para concluir con esta revisión de literatura y con el ánimo de que siga actualizándose a través de futuras investigaciones, considero importante destacar que las investigaciones coincidentes con mi objeto de estudio han servido para constatar que existen pocas referencias académicas en Latinoamérica, al respecto de microeditoras de música popular urbana y que México, a pesar de ser un país con una extensa tradición musical (Tello, 2010), muestra un rezago en este sector de investigación sobre los procesos y prácticas de producción musical desde las diversas disciplinas de estudio consultadas. Por todo lo anterior, considero que el fenómeno más o menos reciente de las industrias creativas independientes, en este caso las microeditoras, se torna una opción viable para el desarrollo de propuestas de investigación enfocadas a los múltiples elementos que abrazan el análisis de diversas prácticas y su repercusión a nivel local y global.

Es necesario advertir la dificultad y el riesgo que implica querer abarcar la totalidad de las prácticas mencionadas; sin embargo, he elegido enfocarme en profundizar en torno al estudio de los sentidos de autenticidad en la creación de la obra artística, por consiguiente, quiero desatascar el interés por analizar los procesos de hibridación musical como resultado de los procesos de globalización en la música popular urbana a través de la conformación de industrias creativas. Ante estos retos, el objetivo es mostrar de qué manera las microeditoras se organizan y prosperan con una identidad e ideología propia en un tiempo y espacio determinado para crear productos culturales con alcance tanto local como global.

El contexto económico global de la producción musical

Como lo han señalado diversos autores (Hesmondhalgh, 1998; Strachan 2003, 2007; Civano, 2003; Drijver y Hitters, 2017; Belchior, 2018) el fenómeno de la producción fonográfica en las tres últimas décadas tiene relación tanto con los avances tecnológicos como con la implementación de tratados político-comerciales en el ámbito internacional, lo cual condujo al desarrollo de una expansión mercantil de la cultura así como al fortalecimiento del modelo hegemónico de las grandes corporaciones transnacionales que controlan la mayor parte del consumo global. En las actividades relativas al consumo de la producción fonográfica a nivel internacional se muestran claras tendencias de venta y en los cambios de materialidad de los dispositivos de reproducción, es decir un constante movimiento económico alrededor de estas prácticas, lo cual invita a reflexionar acerca del uso de las plataformas digitales que ofrecen estos servicios y su repercusión en la industria musical.¹⁷

En el caso de Perú, el portal *Vinyl Sound Perú*¹⁸, reporta que la época de oro de la fabricación de los discos de vinilo fue entre 1950 y 1990 cuando funcionó una industria sólida en cuanto a ventas de artistas nacionales; poco después y durante la década de 1990, la transición hacia nuevos formatos como el CD y el *mp3*, trajo consigo una recesión económica y artística principalmente a causa de la piratería. Se calcula que alrededor de dieciocho sellos discográficos nacionales mantenían prácticas de producción fonográfica tales como *IEMPSA*, *Sono Radio*, *El Virrey*, *Infopesa*, *Mag*, *Fabricantes Técnicos Asociados* entre otros; anterior a esta época los artistas peruanos tenían que viajar a estudios en Argentina o Chile, para poder realizar registros sonoros de manera profesional aprovechando su visita debido a giras, conciertos o recitales¹⁹.

¹⁷ La información presentada a continuación, ha sido recuperada de diversas fuentes como diarios, revistas especializadas y de sitios en Internet; se encontró concentrada principalmente dentro de secciones relativas a economía, cultura, espectáculos y tecnología.

¹⁸Recuperado de: https://vinylsoundperu.wordpress.com/2020/03/09/vinyl-sound-peru/fbclid=IwAR2Mr5jQPrBOUp72DfJtNSIGy_xckzZIPYG5u15PwhE8EqzPGxxOvGyCVVk

¹⁹ Ante los altos costos de grabación, los músicos criollos y artistas peruanos se vieron en la necesidad de profesionalizar su música en primeras tomas y sin efectos. Así, entre salas improvisadas y teatros; por fin en 1962 se fundó el primer estudio profesional por *IEMPSA*. Para finales de la década de los setenta la producción fonográfica en el país sobrepasó los 40 millones de discos vendidos. A partir de estos fenómenos surgió una estrecha relación entre empresas fonográficas y los medios de comunicación, aumentó la popularidad de los artistas y la aparición de fonogramas de agrupaciones de música popular en tiendas de discos; tal es el caso de Los Destellos o Los Mirlos. Sin embargo, los procesos de consumo ilegal de la música enterraron por completo este formato ante la accesibilidad del cassette, una nueva industria que facilitó en economizar los procesos de grabación en dicho país. (VinylSoundPeru, 2020).

Según datos de la CEPAL²⁰, en el año 2005 se estimó una ganancia de 9.52 billones de dólares en el rubro de las exportaciones de la industria fonográfica en los Estados Unidos y el reporte señaló que países como Brasil y Argentina fueron de los mayores consumidores de sellos discográficos transnacionales y que en ambos países las ventas ascendieron en el mercado sudamericano hasta 93%, lo que supone un margen bastante amplio ante otros países como Bolivia, Ecuador y Perú, que oscilaban entre 15%. Estas cifras evidenciaron un panorama favorable para las empresas disqueras que controlaban 80% de la música en Latinoamérica, en este caso *Universal* de Holanda, *Sony* de Japón, *Warner* de Estados Unidos, *BMG* de Alemania y *EMI* de Inglaterra, las cuales han tenido poderosa presencia y han contribuido a que las empresas de capital nacional no pudieran competir en el mercado global; en este sentido las industrias nacionales disminuyeron drásticamente su participación en dicho sector manteniendo 25% en Colombia, 15% en Brasil y 4% en Argentina.

En la década del año 2000 en plena transformación debido al proceso de globalización y la consecuente aparición de contenidos digitales, el repertorio de algunos artistas nacionales en Latinoamérica, se mantuvo por arriba del 50%, logrando el pico más alto en Brasil, con un 65% y posteriormente en Colombia, con un 40%, el resto de los países marcaron una notoria tendencia a la música extranjera (CEPAL, 2005).

También en Europa, el fenómeno de la digitalidad afectó a la industria fonográfica, a partir de los años noventa y hasta la mitad de la primera década del 2000, paulatinamente la tecnología cambió las formas de consumir música y marcó las nuevas pautas para su reproducción. El músico mexicano Héctor Vasconcelos (2004), narra en la parte de la introducción de su libro *Perfiles del Sonido*:

La venta de discos de música clásica se ha reducido en todo el mundo hasta el punto en que todas las compañías que tienen una división de música clásica han tenido que disminuir su producción, y es cada vez más difícil publicar discos de compositores nuevos o de nuevos intérpretes (...) las pequeñas tiendas especializadas que hacían la alegría de melómanos en cualquier ciudad tienden a desaparecer aún en Europa (...) cuando en una de las principales tiendas de discos de Berlín, la sección de música clásica pasa de un espacio prominente en el frente de un local a otro más reducido en el pasillo, y esto ocurre en un lapso de unos cuantos años, es evidente que existe un serio problema. Tales cambios se observan en cualquier parte

²⁰ Recuperado de: <http://esferapublica.org/nfblog/?p=19663>

del mundo. (Vasconcelos, 2004, p.20).

Durante el 2000 al 2010, el disco compacto se mantuvo como un formato comercializable, aunque se abarató su precio de manufactura, lo que propició el aumento de artistas independientes que realizaron producciones en este formato. Otros formatos como el vinilo²¹ en algunos países como Inglaterra, Alemania, Japón y Estados Unidos, mantuvieron sus ventas a la par del disco compacto y del *mp3*. Después de 2010 los medios de comunicación anunciaban “la nostalgia musical” debido a que muchas compañías y artistas principalmente de música electrónica hicieron resurgir y mantener los “viejos formatos como el vinilo”, augurando que la caída del CD se convertiría en una realidad²². Así, mediante estos cambios bruscos de tecnologías la consolidación de la digitalidad se fue afianzando entre los consumidores, músicos y sellos discográficos; sin embargo, no hay que dejar de lado que surgieron nuevas generaciones de consumidores que no tuvieron acceso a la música en formatos físicos y que por tanto se convertían desde su origen en consumidores predominantes de música de libre descarga, en compradores en portales de Internet y en escuchas de productos *online* mediante el *streaming*, al consumir la música desde plataformas como YouTube y MySpace.

En el año 2006 la plataforma YouTube, inició sus actividades y para 2014 se anunció una nueva modalidad la cual podría contener hasta 20 millones de canciones; dicha plataforma se perfilaba como el competidor más cercano a Spotify, de la compañía Google.²³ El proyecto *YouTube Music Key*, era el nombre inicial que terminó mutando a *YouTube Music Premium*, la ventaja que suponía y logró ante otros servicios de *streaming* principalmente es la de escuchar la música sin interrupciones y sin anuncios (García, 2014).

Según *Nielsen Music*, existen tres momentos claves en la década comprendida entre 2010 y 2020, particularmente en los años 2015, 2017 y 2018, en los que el CD tuvo caídas altamente significativas: en Canadá se redujo al 26% con relación a años anteriores mientras que plataformas como Spotify han obtenido hasta 57.5 millones de reproducciones. Ed

²¹ El vinilo, también es conocido como Acetato Vinilo.

²²Recuperado de: https://www.lespanol.com/omicrofono/tecnologia/20200109/nostalgia-hace-resurgir-vinilo-vendedcd/458205428_0.html?fbclid=IwAR11mxYZR3vcSgzG2M0pm6wBD8YX26PJsYVOMhaAAActc7yGXw004X9nj4

²³Recuperado de: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2014/08/19/lifestyle/1408434522_913057.html?fbclid=IwAR0bqoovGNEwP3e2Gb7iJeS88D7PkSmmP8SuDxIJ2aYZtI5N11OteEIrbI

Christman (2018), presenta un análisis en el portal de *Billboard*²⁴ donde comenta respecto a la caída gradual en las ventas de los discos compactos y su pérdida de presencia ante otros formatos como el vinilo y el digital. Christman (2018) señala en el reporte de la RIAA (*Recording Industry Association of America*), que los primeros seis meses del 2018 en Estados Unidos, se vendieron 18.6 millones de unidades de CD's, que equivalen alrededor de 245.9 millones de dólares; un año antes, en el 2017, los números eran aproximadamente de 35 millones de unidades, lo que equivale a 420 millones de dólares.

En el año 2018, la venta de vinilos en el mercado global creció al 14.7%; aproximadamente un 7% más respecto a la década anterior. En el mismo año, las ventas alcanzaban aproximadamente 691.9 millones de dólares en ventas totales en diferentes formatos físicos, *streaming* y venta *online*²⁵ (Escobar, 2019). Tan solo en Estados Unidos, en el año 2018 se vendieron alrededor de 1.2 millones de vinilos cifra que la revista *Billboard*, brindó como un referente a considerar en los últimos 30 años, dichas ventas fueron de títulos que van desde artistas *pop* como *Billie Elish*, hasta los clásicos como *Queen*, sin dejar a un lado el rotundo éxito del *soundtrack* del film *Los Guardianes de la Galaxia*, que ha vendido un total de 367,000 copias físicas en una década, una cifra a considerar si tomamos en cuenta los altos costos de fabricación y el público que ha consolidado *Marvel Studios*.

En la India, Tim Ingham (2019) a través del sitio MBW²⁶ (Music Business Worldwide), ofrece un panorama sobre la entrada de *Spotify* en este país y señala que la empresa de *streaming*, ofreció sistemas de suscripción con ofertas hasta por dos años para los “nuevos consumidores”, también promocionó por .99 centavos de dólar, la facilidad de integrarse a la plataforma por un lapso trimestral. Según este reportaje el director de *Warner Music*, Steve Cooper menciona que “*la venta de música es una lucha constante por la diversidad de*

²⁴Recuperado de: https://www.billboard.com/articles/business/8477070/cd-sales-not-dying-but-heading-towards-niche-status-vinylanalysis?fbclid=IwAR2ZyiGTKXGDSSZu06aM1jRwNd32JXxnaNSd_QH00flkdLq11FEi0fp0stl

²⁵Recuperado de: <https://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/musica/plataformas-que-vencen-la-pirateria?fbclid=IwAR2uPRS4Rt186YwIEIn9C6zUWzgKBMU2CxsdTiHu7Yyo0I0rcgnedNQphW>

²⁶Recuperado de: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2014/08/19/lifestyle/1408434522_913057.html?fbclid=IwAR0bqoovGNEwP3e2Gbz7iJeS88D7PkSmmP8SuDxlJ2aYZt15N11OteEIrbI

modelos que existen para su adquisición”²⁷; en lo que respecta a *Spotify*, esta plataforma se mantiene a través de los suscriptores, quienes a veces gastan mucho más que el dinero que reciben los artistas, incluso sostiene que existen alrededor de 78.1 millones de usuarios tan solo en Europa y que, en mercados asiáticos como Tailandia, Australia, Japón, Nueva Zelanda, Singapur, Indonesia y Vietnam, se estima alrededor de un público potencial de 260 millones de personas para consumir dicha plataforma. Para el caso de la India, un país con alrededor de más de 1.3 billones de habitantes se estimaba que se cubrirán expectativas mayores a la de otros mercados internacionales como el de Estados Unidos, quien es el segundo país con más suscriptores.

Desde la aparición de *Spotify* en Latinoamérica, la plataforma obtuvo alrededor de 2.2 millones de suscriptores y para el caso de la India en pocos meses se alcanzó la meta de 2.3 millones de suscriptores, este logro según Ingham (2019) se realizó mediante una inversión de 172 millones de euros en partidas de promoción, recuperando únicamente 138 millones de euros; esto demuestra una clara tendencia en las pérdidas económicas y una batalla por conquistar un nuevo mercado internacional. Otras empresas de venta de música, tal es el caso de *Apple Music*, *Amazon Music* y *YouTube* reportaron 96 millones de suscriptores en Europa del Este para finales de la década del 2010.

En el año 2019, de acuerdo al reporte anual de escuchas que ofrece IFPI (*Federación Internacional de la Industria Fonográfica*)²⁸, los mexicanos tienden a escuchar más horas a la semana respecto a otros países; Graves (2017) señala que los mexicanos escuchan 25 horas semanales en relación a las 18 horas promedio de un consumidor alrededor del mundo. En Corea del Sur se escucha alrededor de 14 horas a la semana, pero en contraste este país representa un alto número de compradores con un 44%, mientras que Estados Unidos tiene un 20%.²⁹. En México según Graves (2017), el rock es el género musical más popular seguido del *pop*, *latin pop*, *el regional* y *reggaetón*; a nivel mundial, los géneros musicales favoritos según este estudio son: 01. *Pop*, 02. *Rock*, 03. *Oldies*, 04. *Hip-hop/Rap*, 05. *Dance/Electronic*, 06. *Indie/Alternative*, 07. *K-Pop*, 08. *Metal*, 09. *R&B*, 10. *Clásica*.

²⁷Recuperado de: <https://www.musicbusinessworldwide.com/warner-boss-steve-cooper-warns-against-devaluation-of-music-from-freemium-streaming-services-and-their-mismanaged-family-plans/>

²⁸Recuperado de: <https://www.unotv.com/noticias/portal/entretenimiento/detalle/estudio-musica-promedio-horas-estudio-cuantas-canciones-ifpi-732027/>

²⁹Recuperado de: <https://consequenceofsound.net/2019/09/report-mexico-music-listening-habits/?fbclid=IwAR2Nw7eOgUudcVVgvLISPuRJAervMbEt8AGBJi9HPpStzroCOcX6eryunuY>

La plataforma *Discogs*³⁰ presentó el análisis comparativo semestral situado en el mercado *online* del año 2019, en dicho informe contrasta sus datos recabados ante los que registra *Nielsen Music*, en este documento se ofrece una perspectiva de las prácticas de escucha y el comportamiento de los oyentes. Mientras que *Discogs* resalta un aumento de ventas en formatos físicos de un 9.14%, *Nielsen Music* muestra una caída del 15.10%. En este periodo *Discogs* registró un aumento de ventas de un 23.60% en el formato de CD y tan sólo un 3% en el formato vinilo; además, señalan que hay álbumes con 18 meses desde su lanzamiento y que incrementaron las ventas en un 7.19%. Tanto *Discogs* como *Nielsen Music*, presentan al *rock* como uno de los géneros con más ventas respecto a la *electrónica* o el *pop*.

Leight (2019) afirma a través de la revista *Rolling Stone*³¹, el crecimiento paulatino de los vinilos; en el año 2019 se generaron ganancias alrededor de 224.1 millones de ventas, en este reporte señala que el crecimiento de la producción musical en el formato vinilo está en aumento y que las ventas no han parado; sin embargo, reconoce que el *streaming* es el formato con mayor consumo y que representa alrededor de un 62% del mercado total en Estados Unidos. Otros datos de la Asociación de la Industria Discográfica de Estados Unidos, (RIAA) en su reporte sobre las tendencias de las ventas de música durante el año 2019, muestra que los ingresos de la música grabada en Estados Unidos crecieron 13%, es decir hasta los 11,100 millones de dólares. La RIAA afirma que los ingresos totales por *streaming* crecieron 20% hasta los 8,800 millones de dólares en 2019. Esa cifra incluye tanto los ingresos de los servicios de *streaming* de pago como los planes de servicios de *streaming* "gratuitos" con publicidad. Si se separan solo los ingresos de los servicios de *streaming* de pago, estos aumentaron 25% hasta los 6,800 millones de dólares en 2019. En general, los ingresos de todas las formas de *streaming* representaron 80% de los ingresos por música grabada en 2019.

En Argentina, Federico Monero ofrece en el año 2019 un recorrido por dieciocho *disquerías* -término local para referirse a las tiendas de discos- especializadas y emblemáticas en Buenos Aires, y señala que “los discos, bajo el formato que sea, son objetos capaces de despertar ese infinito deseo de búsqueda. Una pasión que pasa los límites de lo musical para

³⁰Recuperado de: <https://blog.discogs.com/es/ventas-de-musica-en-2019/?fbclid=IwAR3nysn7Zti960jFdjrsiKZoAyGON-imBZnZXyxawGtuelH3EuSwoP0N-8U>

³¹Recuperado de: https://www.rollingstone.com/pro/news/vinyl-cds-revenue-growth-riaa-880959/?fbclid=IwAR3-9ND_F7ICvRxIB0i2R4OwSdZrbay-3xXhfHs_Ea568w7YcZfQe1peesc

tocar lugares y personas, amistad, melomanía y anécdotas” (p. 3). En este sentido, muchos consumidores entre ellos, los melómanos son quienes sostienen en muchos casos a microeditoras y sellos discográficos a través de tiendas especializadas. El mismo autor comenta sobre el consumo en la era digital “los cambios en las formas de consumo de música grabada para las mayorías que ya no están dispuestas a pagar y caminar en busca de objetos que pueden encontrar por Internet, siendo entonces las tiendas un espacio crucial *cuevas* de la resistencia” (p. 3). Es evidente que la visita a este tipo de espacios requiere de un consumidor más especializado en la búsqueda de fonogramas tanto nuevos como usados. Así pues, podemos constatar cómo las actividades referentes a la compra y venta de productos fonográficos también se han mudado en gran medida a los portales y redes sociales en Internet, trayendo consigo un distanciamiento social relativo al acto de adquirir los productos deseados sin la necesidad de tener la experiencia de búsqueda y compra de manera física. En el cierre del año del 2019, la industria fonográfica a nivel internacional había mantenido por tercer año una recuperación económica del formato vinilo y las ventas se lograron consolidar a un nivel comercial global.

González (2020) señala que la generación *millennial* ha pasado por diversos soportes físicos en tan poco tiempo lo que ha propiciado el olvido de ciertas músicas y la recuperación de otras más. Afirma que las tiendas departamentales, así como nuevos artistas, se han visto seducidos por el regreso de dichos formatos y sus precios en el mercado han subido considerablemente en relación al CD o la música digital. Un dato singular, que da cuenta del auge de las ventas de fonogramas en espacios físicos, señala que en Japón, en la prefectura de Osaka, el portal en Internet Record Stores Love³², registra a finales del año 2020 alrededor de ochenta y seis tiendas de música especializadas en formato vinilo.

En Estados Unidos, durante la primera mitad del año 2020, el portal *Consequence of Sound*³³ anunció que las ventas de vinilo sobrepasaron a las del disco compacto, una actividad que no se había reflejado en 34 años desde 1986 (Corcoran, 2020). Esta cifra, acorde a los reportes que otorga *The Recording Industry Association of America*, revela que las ventas en los primeros seis meses oscilaron en los 232.1 millones de dólares, mientras que el disco

³²Recuperado de: <https://recordstores.love/book>

³³Recuperado de: https://consequenceofsound.net/2020/09/vinyl-sales-surpass-cds-34-years/?fbclid=IwAR05NXH2OJwSdEUSjZXOb6ypvPQto9wMbaHuONMOplFy_6rBPxEhS836dls

compacto registró 129.9 millones de dólares. Corcoran (2020) señala que alrededor de 802,000 producciones discográficas fueron vendidas en el *Record Store Day* de ese año.³⁴ Otro dato relevante que ofrece Corcoran (2020), tiene relación con el consumo musical y la posible preventa de la producción discográfica como una ruta para disminuir el impacto económico en la producción musical; señala que durante mucho tiempo el mayor número de ventas que se ha registrado hasta el año 2010, estaba ligado al fenómeno de escuchar discos clásicos de agrupaciones como *Pink Floyd* y *The Beatles*; ahora la tendencia para comprar se concentra en los discos como los *best albums* y en los “más” escuchados mediante la cuantificación del *streaming*.

En un recuento que ofrece el sitio *Statista*³⁵, Erick Burgueño (2020) señala que en el primer trimestre del año 2020, el número de usuarios de la plataforma *Spotify* superó los 62.9 millones en América Latina, dicha cifra representa un aumento gradual desde el año 2016 cuando contaban con 18 millones de suscriptores, estas cifras en el mercado, representan el 22% del total de usuarios de dicha plataforma. Tan solo en México hasta el mes de julio del mismo año, Marina Pasquali (2020) reporta que se han registrado aproximadamente más de 1.100.000 descargas en esta plataforma³⁶.

Al paso de los años, los debates y posturas sobre la producción y consumo de ciertas preferencias y modas que han atraído la atención mediante los formatos físicos y digitales, cada vez se difuminan dando lugar a cada una de las posibilidades a mostrar sus cualidades de fidelidad y portabilidad como otras características de la materialidad de la obra artística. En este sentido vale la pena destacar lo expuesto por Márquez:

Si el presente (y el futuro) es digital, también lo es físico y analógico, pues el mundo de las descargas y del *streaming* no anula el consumo de CDs, vinilos e incluso cintas de cassette. Otra cosa es que el consumo digital sea cada vez más mayoritario, pero junto a nuestro ordenador y su universo de descargas y escuchas *online*, sigue estando ese viejo mueble de vinilos o torre de CDs que, de cuando en cuando, seguirá acogiendo nuevos productos,

³⁴ El *Record Store Day*, es una actividad que inició en EUA y se propagó por el mundo para impulsar la venta de discos, la visita a las tiendas por parte del público y también para conmemorar ciertos lanzamientos especiales, ediciones limitadas o dar promociones especiales.

³⁵Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/1135737/usuarios-mensuales-activos-america-latina-spotify>

³⁶Recuperado de: <https://es.statista.com/grafico/22355/descargas-de-spotify-en-latinoamerica/?fbclid=IwAR3fHT8zF5inWS4A1T7YefcKWgXVNH6G1pvCK6qEsnIliMQRwUczsHodkFg>

nuevos objetos que mirar, tocar, oler y, sobre todo, escuchar (2012, p.16)

Se puede mencionar que los formatos han ido mutando y nutriéndose, hasta lograr su consolidación en el siglo XXI; además, a lo largo de los años se han tratado de crear nuevas estrategias para combatir las prácticas de la piratería de objetos físicos, la cual durante las últimas dos décadas se extendió al ciberespacio. Carlos Scolari, advierte acerca de la convergencia e hibridación de medios y soportes transmedia en la industria musical³⁷.

En el ámbito musical ya existen iniciativas transmedia de gran calado como el lanzamiento del disco *Year Zero* por parte del grupo *Nine Inch Nails* en el 2007. En esa ocasión la banda de rock industrial organizó un juego de realidad alternativa (*Alternate Reality Game*– ARG) a escala internacional que incluía diferentes componentes textuales distribuidos durante la gira: la información para avanzar en el juego basado en una apocalíptica historia fantástica se difundía a través de webs, camisetas, memorias USB, vídeos en la web, litografías, folletos publicitarios, etc. En su momento incluso se habló de hacer una serie de televisión a partir del disco. (Scolari, 2014)

Ante estos acontecimientos, la digitalidad ha marcado las nuevas pautas y reglas del juego. Ian Bezek (2008) señala que “en una era donde la música se puede conseguir abiertamente, los modelos de los sellos discográficos no funcionan” (p. 11). Por otra parte, refiriéndose a los actos (artistas) Paul Sloan (2007) argumenta que “la mayoría de los actos todavía necesitan una gran máquina detrás de ellos” (p.16), de modo que, sintetiza las prácticas y labores que llevan a cabo los sellos discográficos; estos dos acercamientos resumen las tensiones tanto académicas como económicas, artísticas, laborales y culturales que existen en torno a los sellos discográficos y su función en la industria musical del siglo XXI, una época de transiciones marcadas por la configuración de nuevas prácticas adquiridas por el músico y la industria musical. Al respecto, Hugill (2008) hace una valoración de lo que implica ser músico en una era globalizada y digital y apunta lo siguiente:

Las nuevas tecnologías han transformado la forma en que la música se crea y se escucha, se

³⁷Recuperado de: https://hipermediaciones.com/2014/01/19/transmedia-y-musica/?fbclid=IwAR0yigN3B3KX0RBJxqPYxeXOKli000Jw53ZkrBdCvN2qo_8P3XCXVomfU

compone y se interpreta, se produce y se distribuye. El mundo que rodea al músico, el contexto cultural, ha cambiado de muchas formas. Estos cambios han creado un nuevo músico, que puede provenir de una variedad de orígenes, poseer todo tipo de formación musical y habilidades técnicas, tener muchos tipos diferentes de conocimientos y opiniones, pero se siente empoderado por las nuevas tecnologías y atraído por hacer música ... podría suponerse que estos músicos "tecnológicos" encajan de forma más natural en la clase de "músicos digitales", pero, de hecho, no es necesariamente el caso. Todo tipo de músicos siempre ha trabajado con la tecnología, y todos los instrumentos musicales son un ejemplo de innovación y desarrollo tecnológico ... muchas personas se enfrentan ahora a la tecnología digital en algún momento de su vida laboral. El desafío es cómo y en qué medida interactuar con estas tecnologías. (Hugill, 2008 p.3)

Sobre el mismo tema, Burnett (1996) analiza el fenómeno de la globalización con relación a las empresas transnacionales de producción musical y señala lo siguiente:

[e]n los últimos años, las compañías musicales internacionales han comenzado a enfatizar que son organizaciones globales. La globalización en su caso, y como se refleja en los informes anuales de las empresas, significa la organización de la producción, distribución y consumo de bienes culturales en un mercado a escala mundial (1996, p.8)

Así pues, existen elementos para comprender que, desde la década de los noventa hasta la actualidad, el mercado de la producción discográfica a nivel global, viró en la búsqueda de nuevos elementos que enfatizaron su presencia global en la audiencia; el mismo, Burnett a través de los *slogans* de algunas de las denominadas *big six*, -empresas transnacionales que controlan el mercado global-, ofrece claves para entender el comportamiento de estas empresas en la era globalizada. A continuación, los siguientes ejemplos: *The world is our audience* (Time Warner), *Think globally—act locally* (Sony), *A truly global organization* (Thorn-EMI), *A European based global recording company* (Polygram) y *Globalize local repertoire* (BMG), (p.8). De esta manera, es notorio cómo los cruces entre la tecnología y el crecimiento exponencial de la globalización cultural y económica redefinieron tanto las prácticas de las compañías transnacionales como las prácticas del músico convencional, lo cual repercutió en diferentes aspectos particularmente importantes como la consolidación de nuevos mercados con escuchas tanto a nivel local como global. Por lo anterior, es posible

constatar que la industria fonográfica a nivel global se mueve a diferentes ritmos y que las prácticas de consumo dependen de la atracción del consumidor hacia ciertos formatos y producciones musicales; sin embargo, no se debe desestimar el entusiasmo de músicos y sellos discográficos independientes por preservar prácticas de producción musical que han surgido de la resistencia y de la revaloración de la música, pero también de los procesos de masificación y comercialización de las modas.

El contexto de la producción musical en el Área Metropolitana de Guadalajara

El AMG, representa el tercer espacio urbano más extenso en territorio en México, con alrededor de 5.27 millones de habitantes³⁸. Haciendo una estimación general, este conglomerado cuenta con aproximadamente una decena de tiendas de música alternativa³⁹, un Tianguis cultural en que tienen cabida diversas expresiones artísticas y presentaciones en vivo de grupos locales de diversos géneros como el *rock, reggae, punk, hip hop*, etc. También subsisten tiendas con una selección de música más bien de orden comercial como *Mr. CD* - con siete sucursales- y dos franquicias de *Mixup*. Y, aunque es considerable el número de habitantes, de acuerdo con los hallazgos en el trabajo de campo realizado durante 2018 y 2019, esta cantidad de habitantes no es suficiente para generar un circuito estable donde los músicos puedan vivir de sus presentaciones y los sellos discográficos de sus producciones. Por otra parte, el desarrollo de iconos mediáticos que fueron construidos mediante la década de los noventa y la primera década del año dos mil como fenómenos musicales⁴⁰ y sociales en el rock nacional (Valtierra, 2005; De la Peza, 2014); hoy también luchan por lograr mantener el reconocimiento de los consumidores. (Trabajo de campo, 2019)

El AMG, es un lugar de clima cálido la mayor parte del año y un atractivo turístico por su gastronomía, actividades deportivas y culturales al aire libre; además ofrece una vasta oferta de espacios de recreación y vida nocturna, en cuanto a su vida cultural cuenta con una

³⁸ El Área Metropolitana de Guadalajara cuenta con 48 localidades según el Censo 2020 de la INEGI.

³⁹ Los nombres de estas tiendas, abiertas hasta 2021 son: Tea Recs, La Perla Records, Submarino Amarillo, Aguilar Discos, Roxy and Roll, Wax Recs, Jamaica Cafe.

⁴⁰ Durante la primera década del siglo XXI la compañía transnacional *EMI* firmó el proyecto innovador Colectivo *Nopal Beat* quienes recrean con ritmos latinos y música electrónica basada en los subgéneros del *downtempo, latin funk, house* más arreglos de la *música de cabaret* de los años 50's. A esta fusión la denominaron *Acid Cabaret*; una especie de bricolaje cultural representado en sonidos bailables que tuvo impacto a nivel internacional y era contemporáneo del movimiento musical *Nor-tec* (Valenzuela 2004, Madrid 2008).

amplia gama de opciones propuestas por los Institutos de Cultura municipal y estatal; también existen diversos espacios como el Museo de Arte de Zapopan, El Museo Raúl Anguiano, El Instituto Cabañas y Museo de las Artes de la Universidad de Guadalajara (Musa) para la exhibición de arte. Los movimientos artísticos más representativos de arte contemporáneo en las últimas dos décadas y que cuentan con una amplia trayectoria e intervención urbana son Sector Reforma y Arena México. También se desarrollan eventos frecuentemente organizados por la Universidad de Guadalajara por medio del departamento de Cultura UDG y la estación de Radio Universidad de Guadalajara (Radio UDG) en la frecuencia 104.3 de FM, dicho medio de comunicación juega un papel destacado en la divulgación de expresiones artísticas en el AMG. Promovidos también por la Universidad de Guadalajara, el Festival Internacional de Cine de Guadalajara y la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, son eventos anuales que se han convertido en referentes a nivel mundial al convocar la participación tanto de personajes destacados en el mundo del cine, la música, las ciencias y la literatura. De reconocimiento nacional, el Festival de Mayo es también un espacio auspiciado por el Ayuntamiento de Guadalajara, que desde hace décadas ha sido un punto de encuentro para artistas nacionales e internacionales.

En lo referente a la música, el Área Metropolitana de Guadalajara es una de las entidades geográficas con mayor tradición musical⁴¹ alternativa e independiente en México, desde hace cinco décadas⁴² (Valtierra 2005). Durante este tiempo han existido sellos discográficos internacionales y nacionales editando diversos tipos de música popular desde varios niveles de profesionalización. Al respecto David Moreno (2017) señala:

⁴¹ El mariachi es un género de música tradicional. A mediados del siglo XX alcanzó difusión nacional debido a la aceptación en el gusto popular mediante su incursión en la radio, la televisión, el cine y la industria discográfica.

⁴² Valtierra (2005) en el ensayo *El rol del rocanrol en Guadalajara* menciona que el primer disco grabado por una banda tapatía fue en 1960 por *Los Boopers* para la discográfica independiente Discos Coro. Las primeras tiendas en Guadalajara fueron: *La Manzana Verde*, *Casas Warner*, *Musical Lemus*, *Polifonía* y *El Quinto Poder* y señala algunas agrupaciones que destacaron a nivel internacional según el autor son *The Spiders*, *39.4*, *Los Monstruos*, *Los Soñadores*, *Los Yoguis*, *Los Leroy's*. Para la década de los setenta, las agrupaciones de rock psicodélico tuvieron su auge tal es el caso de *La Revolución de Emiliano Zapata*, *La Fachada de Piedra* y *Toncho Pilatos* quienes enfrentaron una serie de problemas de toda índole para mantenerse en el gusto de la gente y para efectuar sus presentaciones en vivo debido a la represión de la época. Muchas agrupaciones con los años cambiaron de géneros a otros más comerciales o simplemente desaparecieron. Aun así, es curioso señalar que estas bandas que representaban una ideología contracultural y que fueron silenciadas desde 1971 en aquel Festival Avándaro mantenían contratos con sellos discográficos comerciales como Melody, aunque su presencia en radio y otros medios era menor en referencia a otros artistas de sus catálogos.

Consecuentemente, las grandes casas disqueras que dominaban el mercado mexicano de la música en los años cincuenta - Peerless, Orfeón, Musart, RCA y CBS, estas dos últimas de capital transnacional con subsidiarias establecidas en el Distrito Federal aprovecharon las condiciones del mercado para comenzar a distribuir novedades de canciones extranjeras, aunque al mismo tiempo exportaban música mexicana en enormes cantidades hacia Estados Unidos y otras partes del mundo. En Guadalajara, tiendas musicales como Casa Lemus, Casa Wagner y discotecas Aguilar, pusieron a disposición del público los catálogos de las disqueras, conformados por una variedad de géneros musicales (p. 89)

En cuanto a la producción fonográfica independiente, Valtierra (2005) ofrece un panorama de sellos discográficos donde reconoce a Discos Coro, Mix Records, Fugazi, Cronos Records, Alebrije Records y Tokin Records, y señala que estas propuestas surgieron con la intención de promover a los artistas locales y a las nuevas generaciones, también surgieron otros como Producciones Equis y Mundonuevo. A pesar de ser nombrada Guadalajara, de manera informal como “la catedral del rock en México” (Marcial, 2010, p.189), tal vez atendiendo a la amplia trayectoria de bandas⁴³ y artistas a nivel nacional, existen situaciones a nivel global que han afectado severamente la industria musical a nivel local. Uno de ellos ha sido el marcado desinterés por parte de las compañías transnacionales para seguir contratando nuevas agrupaciones o propuestas musicales⁴⁴ que iniciaron su trayectoria en la

⁴³ Otro aspecto es que tanto músicos como público desde mediados de los ochenta del siglo pasado mantienen una tradición por escuchar música jamaicana; los primeros registros que existen corresponden a *El Personal* editada por Discos Pentagrama y quienes trazaron las bases de una cultura de *reggae* y *world beat* que dos décadas después se solidifica con proyectos como: La Celestina, La Ganja, La Yaga y Monte Bong. Ya hacia finales de la misma década *Duda Mata* un proyecto encabezado por el artista conceptual y pintor José Fors y el compositor Carlos Esege quienes inician un proyecto considerado de avanzada y que fue un parteaguas para la época. Su disco homónimo fue editado en 1987 en vinyl por el sello independiente *Producciones Equis* y en 1999 lanzado en disco compacto por Opción Sónica. Un disco experimental donde interpretaban temas basados en la *improvisación sonora, poesía, synth pop* y *música electrónica*.

⁴⁴ En 1992 se lanzan dos discos clave bajo el nuevo proyecto Culebra Records, una subsidiaria de la compañía transnacional BMG. La Cuca presenta la *Invasión de los blátidos* y *La Lupita-Pa' Servir a Ud.*; estos álbumes son piezas fundamentales para comprender parte de la historia del rock en México. La infraestructura mediática que ofrecieron cadenas como Telehit en este caso un canal de videos y MTV una cadena trasnacional generó mucha confianza y abrió la puerta a una nueva audiencia de jóvenes de sectores medios. A mitad de la década, proyectos musicales como Resorte influenciados por el creciente género musical norteamericano *nu metal* editaron con la subdivisión de la transnacional *Polygram*, llamada Discos Manicomio un nuevo proyecto discográfico para apoyar el rock mexicano. También bandas como Azul Violeta colaboran con otra transnacional en este caso EMI. Muchas bandas más como *La Dosis* que al tocar *funk* y con el apoyo de la transnacional *Columbia* rompían con los estereotipos impuestos por el Rock en Tu Idioma representado por bandas argentinas, colombianas, chilenas, españolas como Soda Stereo, Aterciopelados, La Ley, Héroes del Silencio, Los Enanitos Verdes, Caifanes, Radio Futura, Nacha Pop, La Unión, entre otras. Así, esta nueva escena musical de Rock en Tu Idioma arropó a Maná (De la Peza, 2014, p.48) quienes han trabajado con las

década de 1990 y principios del 2000⁴⁵.

Otro elemento por destacar es el control mediático impuesto por parte de cadenas empresariales de comunicación radial y televisiva, lo cual ha propiciado que sean limitados los espacios para la promoción y divulgación de artistas emergentes de música popular urbana. Aun así, existen proyectos en el circuito independiente que tratan de mantener la escena musical mediante conciertos⁴⁶ y producciones discográficas⁴⁷. Sin embargo, existe poca audiencia para este tipo de esfuerzos y proyectos locales. Así, la presencia de la música alternativa e independiente se concentra solo en algunos espacios radiales, sitios en Internet, redes sociales y eventos masivos como los festivales *Akamba* (2018, 2019)⁴⁸, *Corona Capital* (2018, 2019)⁴⁹, *Coordenada*⁵⁰ (2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019) o *Roxy Fest* (2017, 2018, 2019)⁵¹ que son patrocinados por grandes empresas de bebidas alcohólicas y marcas de condones, cigarros, ropa, tenis, etc. Estos y otros elementos de la dinámica sociocultural resultaron claves para comprender las prácticas de inversión económica por agentes externos a la música con el fin de generar prácticas de producción musical masiva mediante la propuesta de masificación de bandas del movimiento de rock tapatío a nivel nacional⁵² y latinoamericano, incluso con mucha aceptación de la audiencia hispana en Europa⁵³ y Estados Unidos. El AMG en la práctica, opera como un núcleo regional en el occidente del

compañías transnacionales Polydor y Warner. Actualmente es la agrupación mexicana más representativa de rock-pop en habla hispana que ha dado el país y son una banda líder en el mercado nacional e internacional con un total de más de 40 millones de ventas y han obtenido premios Grammys y Discos de Oro en distintas ocasiones mediante sus ocho álbumes. (Univisión, 2015). Recuperado de: <https://www.univision.com/musica/mana-revela-el-titulo-de-su-nuevo-disco-y-la-fecha-de-lanzamiento>.

⁴⁵ Cabe señalar la aparición de nuevos sellos discográficos como Suave Records (Omnilife, 2001-2006) y también de otras subdivisiones de BMG Ariola como Culebra (1992) en la cual su circuito no era el local, sino es el nacional e internacional, por lo que su presencia en foros independientes, pequeños conciertos ya no era prioridad, inclusive este tipo de artistas trabajaban con estrategias publicitarias en televisión, prensa escrita, radio fm, etc. Otras bandas fueron editadas por sellos discográficos independientes e internacionales, el caso de Desarmador con Discos Suicidas (1981) de España.

⁴⁶ Noches Chicas, Doña Pancha Fest, Foro Independencia, C3, Sin Lágrimas No Cabaret.

⁴⁷ Mariachi Antiguo de Acatic & Lumen lab, Par(asito), Infra Ediciones, Grima Records, etc.

⁴⁸ Recuperado de: <https://www.akamba.mx>

⁴⁹ Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Corona_Capital_Guadalajara

⁵⁰ Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Tecate_Coordenada

⁵¹ Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Roxy_Fest

⁵² Culebra Records.

⁵³ En la década del 2010 al 2020 en el ámbito del arte sonoro y experimentación de música electrónica Lumenlab e Israel Martínez son dos de los artistas con más presencia internacional y nacional en diferentes foros dedicados a la experimentación multimedia. En la escena del *rock indie* The Lorelle Meets Obsolete se han establecido como un proyecto a seguir y han sido firmados por los sellos independientes internacionales Sonic Cathedral Recordings y Captcha Records.

país, lo cual advierte sobre un flujo constante de personas que transitan dentro de la industria musical y las industrias culturales⁵⁴.

Como he mencionado en la introducción, el interés de la presente investigación es ofrecer elementos para la comprensión de las prácticas de producción empleadas por las microeditoras fonográficas en el AMG, en otras palabras, conocer qué les significa a los líderes de estos proyectos socializar en este espacio geográfico mediante la música; qué anclajes socioculturales comprenden, qué influencias musicales adoptan, qué estilos de música han creado, a través de qué tecnologías se produjeron, en qué espacios físicos y circuitos *online* se distribuyeron sus catálogos, además de conocer qué lógicas de promoción emplearon para promover gratuitamente y/o vender la música de los artistas. Interesa de igual manera, profundizar en qué mecanismos de proyección audiovisual y diseño gráfico se empleó en la configuración de la obra artística, y si esta música editada se define predominantemente ya sea por lineamientos estéticos, tecnológicos o económicos, además de comprender cuál es el papel que juegan estos factores en la configuración de productos culturales.

A partir de estos propósitos y su fundamentación conceptual, planteo la siguiente **pregunta de investigación**: *¿Cómo se configuran las prácticas de producción que emplean las microeditoras fonográficas independientes en el Área Metropolitana de Guadalajara para crear productos culturales con interés tanto local como global?* Derivada de la anterior, propongo la siguiente cuestión complementaria: *¿De qué manera las dimensiones estética, económica y tecnológica participan en la conformación del proceso sociocultural en el cual las microeditoras fonográficas independientes producen sentido?*

A manera de **hipótesis**, considero que *una microeditora fonográfica opera como una instancia que permite problematizar la manera en que individuos y grupos sociales se apropian y usan las tecnologías para la configuración de productos culturales*; bajo este

⁵⁴ El desarrollo de iconos mediáticos que son construidos mediante la música regional es uno de los fenómenos sociales más representativos en el país debido a que el AMG es el territorio con más escuchas de los subgéneros musicales populares en todo México. En el estudio *Los Flujos de Sentido y Sonidos de Música Regional Mexicana* (Cotero, 2017) define a un grupo de sub géneros musicales como: *Norteña, Banda Sinaloense, Sierreña, Duranguense, etc.*

presupuesto postulo que *mediante decisiones asociadas tanto a las dimensiones económicas⁵⁵ como estéticas⁵⁶, se produce sentido de manera particular al promover propuestas artísticas que no tienen presencia en estructuras mediáticas comerciales, ni en sellos discográficos transnacionales. En este sentido, en la mayoría de los casos las microeditoras apuestan por modelos de autogestión y a una ideología de acción independiente que fomenta un sentido identitario con sus escuchas asociado a lo underground⁵⁷.*

Esto implica, en resumen, que el **objetivo general** de esta investigación se enfoca en *describir el contexto sociocultural, económico y estético de microeditoras independientes en el Área Metropolitana de Guadalajara, mediante la caracterización de su trayectoria, de sus procesos de creación artística y apropiación de tecnologías, para de este modo comprender las prácticas que se utilizan para la creación y circulación de sus productos culturales.* De este modo, las **dimensiones clave del análisis** son: *el contexto sociocultural de las microeditoras y los procesos de producción discográfica como prácticas de producción social de sentido*, factores que aparecen para cada uno de los casos:

La dimensión relativa al *contexto sociocultural de las microeditoras*, es relevante en tanto permite identificar las singularidades de la industria musical del AMG, al describir el espacio donde se desarrollan estas prácticas y quienes las llevan a cabo. A través del análisis de los ejes económico y tecnológico pretendo dar cuenta de estos procesos y colocar una mirada en factores relevantes dentro del fenómeno analizado, como capital cultural, capacidad económica, ideología política, acceso y herramientas digitales; estos elementos se utilizarán para mostrar las intenciones y dinámicas propias de cada proyecto en la producción

⁵⁵ Estas pueden ser variables debido al tipo de cambio de divisas entre el dólar y el peso mexicano, de los costos de producción musical establecidos para la grabación de las canciones, de cuántas unidades se van a manufacturar, de los costos de masterización y mezcla, de los costos de producción total, envío, aranceles, promoción, etc.

⁵⁶ La parte creativa se refiere al diseño gráfico, al empaque, la selección de colores, materiales y el dispositivo para su reproducción. Éstos son algunos elementos fundamentales que inician desde la idea original hasta el lanzamiento de la obra y se cuidan detalladamente para impactar a la audiencia.

⁵⁷ *Underground* en español significa subterráneo. El término *underground* es utilizado frecuentemente en el *slang* musical para diferenciarse de estereotipos, de géneros musicales dominantes y en algunas ocasiones es sinónimo de “independiente” o de “clandestinidad”. Más adelante se abordará la discusión y la clarificación de los diferentes sentidos asociados a esta categoría. El *underground* puede agrupar movimientos culturales, pensamientos y filosofías heterodoxas (Racionero, 2002:10). También supone un ambiente creativo con mayor libertad en oposición a la música comercial pop (Del Val, 2011).

de sus contenidos.

En el segundo caso, la dimensión relativa a ***los procesos de producción discográfica como prácticas de producción social de sentido***, es relevante en tanto que, por medio de un acercamiento de los fonogramas que se editaron, es viable caracterizar la voluntad creativa de sus directores y artistas. En otras palabras, considero que el estudio de la obra artística es útil en tanto permite comprender la caracterización de procesos de hibridación musical a través del punto de vista que los actores exponen en torno a la concepción de la música que promueven. De la misma manera, exponer cómo conciben el diseño gráfico que coexiste con la obra sonora, además de describir en qué dispositivos de reproducción se fabricaron los fonogramas y qué intención artística tienen; todo esto para complementar una visión más amplia sobre el fenómeno de la producción musical.

A manera de justificación, puedo afirmar que esta investigación, al ofrecer elementos para el análisis que no se han presentado antes de manera integrada, da cuenta del *status quo* de la escena local y de las prácticas de la producción musical independiente en el AMG. Considero que la contextualización y la exposición de la voz de los actores clave, propone otro modo de entendimiento para acercarnos a las prácticas de la producción musical y de la autogestión de proyectos artísticos.

Como resultados adicionales que podrían derivarse de la presente investigación, uno de estos es contribuyen a poner al descubierto los mecanismos de control que ejercen ciertos sellos discográficos internacionales, medios de comunicación, instituciones culturales o plataformas digitales en el campo de la industria musical. De igual forma, al considerar abordar temas de *software*, puede suceder que no todos los productores musicales tengan las licencias originales o que se vea afectada alguna marca que se nombre en esta investigación, por lo tanto, no se pretende manipular datos o nombres, con el fin de promover alguna marca, sello discográfico, *venues*, medios de comunicación, instituciones, actores sociales, etc. Por lo anterior, también encuentro necesario plantear que quizá algunos directores de microeditoras del AMG, pudieran no estar de acuerdo con la propuesta y los resultados de esta investigación; de esta manera, deseo manifestar que al realizarla no ha sido la intención generar ni propiciar malentendidos entre colaboradores y el investigador, sino documentar un extenso y complejo fenómeno de prácticas de producción musical que ha sucedido en los

últimos veinte años.

Para concluir, considero importante señalar que la diversidad de enfoques que existen para abordar el fenómeno de la producción musical independiente como producción social y cultural, parten de investigaciones que se desarrollan en variados campos de conocimiento y diferentes espacios geográficos; en ellos se develan particularidades en el uso de las tecnologías en distintos estilos y escenas musicales. En este capítulo, he integrado información relativa a la monetización de la música a través de las plataformas digitales en diferentes países y continentes, lo que ofrece una perspectiva global acerca de los principales cambios en el consumo musical mediante el posicionamiento de la tecnología digital ante los formatos físicos y la función de los sellos discográficos “major” y las microeditoras; en este sentido, es notorio que en la actualidad existe mayor apertura y preferencia del consumidor a ciertos formatos que ofrecen tanto los sellos discográficos “major” como las microeditoras, sea por nostalgia, por precio, fidelidad sonora, portabilidad, etc.

En el siguiente apartado, el Lado B; se trata de construir un marco conceptual para comprender las prácticas que ocurren en las microeditoras fonográficas y que están inmersas en un complejo proceso en el que confluyen lo estético, lo económico y lo tecnológico, todo enmarcado en condiciones socioculturales locales, regionales, nacionales y globales.

Lado B: Referentes Conceptuales

Dentro de los estudios de música popular, las prácticas de las compañías discográficas independientes generalmente, se han visto a través de dos enfoques teóricos polarizados. En primer lugar, se han debatido en estudios de producción y críticas de la industria de la música, y en segundo lugar con respecto a la teoría cultural y el trabajo etnográfico sobre escenas e identidad localizadas (Strachan, 2003, p.29)

Las industrias culturales y la producción cultural han sido objeto de miles de estudios. Pero hasta hace poco, sólo una proporción muy pequeña de estos estudios se centraba en el trabajo creativo que es fundamental para este ámbito de la producción. El olvido o la desvalorización del trabajo en los análisis de las industrias culturales ha adoptado diversas formas. Uno, evidente en algunos estudios de artes y humanidades, es un enfoque en los productores individuales más que en la compleja división del trabajo, que, como ha demostrado la sociología de la cultura (en relatos valiosos como Becker, 2008; Wolff, 1993), es la base de la mayor parte de la producción cultural. Otro es un énfasis dentro de ciertas escuelas o tradiciones, en particular algunos tipos de estudios culturales y mediáticos, en el consumo, a expensas de la producción. (Hesmondhalgh, 2010, p.267)

Comunicación y Música

Esta investigación comprende, desde la perspectiva sociocultural de la comunicación, el registro y la sistematización de ciertas características y prácticas que se desarrollan en el campo de la producción musical; en este caso, distintos abordajes desde los campos académicos de la Comunicación, la Economía, la Sociología y los Estudios de Música Popular, han servido como cimientos para este trabajo, ya que han brindado una amplia gama de conceptos y teorías de rango medio para explicar la intencionalidad (Becker, 2008) de quienes realizan estas prácticas en el campo de la producción artística (Hennion, 2002). Así, la propuesta es estudiar las complejas relaciones personales, tecnológicas, industriales, sociales que se tejen y destejen con el fin de explicar todo aquello que sucede en lo extramusical (González, 2012) y que refieren a todas aquellas prácticas que envuelven a la música más allá de los hechos de la composición, la ejecución y la escucha.

La perspectiva sociocultural de la comunicación (Fuentes y Luna, 1984), es asumida

como un primer encuadre conceptual que plantea una apuesta por la comprensión y explicación de diferentes fenómenos que requieren ser abordados desde varias disciplinas de las ciencias sociales entre ellas, los estudios de la Comunicación. Esta perspectiva tiene una estrecha relación con los llamados estudios culturales y con enfoques de investigación en los que la interdisciplinariedad contribuye a explicar y describir fenómenos de la cultura popular, de la interacción entre grupos sociales, de procesos tecnológicos, de fenómenos globales, de fenómenos ambientales, de problemáticas entre culturas, de relaciones de poder, de problemas de la salud pública, de la asimetría económica, de procesos interculturales o artísticos y también de las maneras de producir y consumir contenidos mediáticos. En este sentido, la perspectiva sociocultural como fundamento epistemológico, recupera dimensiones de lo político, social, cultural y económico, y busca construir una trama de mayor densidad, una mirada más amplia al interior de los fenómenos sociales que permita comprender a la sociedad y las prácticas de sus individuos desde varias aristas, campos de estudio e interrelaciones teóricas.

Así pues, pensar desde esta perspectiva fenómenos culturales en la sociedad contemporánea, conlleva a estudiar cómo son las prácticas mediante las cuales el individuo percibe el mundo y participa en él. En ese sentido, el campo de la música se presenta como un territorio fértil para revisar cómo los procesos sociales, económicos, estéticos, culturales y tecnológicos se desarrollan de manera simultánea. Moragas (2011) propone que, a través de la disciplina de la comunicación y de conocimientos parciales de otros campos académicos, podemos dar cuenta de fenómenos sociales en un orden interdisciplinario que implica profundizar y reducir las distancias entre campos para producir nuevos conocimientos y objetos de investigación.

Por otra parte, podría decirse que al investigar los fenómenos musicales es indispensable reconocer que en el ámbito de la música confluyen una pluralidad de sonidos tanto humanos como de la naturaleza (Feld, 1982), también convergen diversos espacios geográficos, individuos, tradiciones, intereses y grupos sociales (Boiles, 1967; Blacking, 1971, 1973). Como lo sugiere Yebra (2013), la música es comunicación en un sentido más amplio de producción de significados sociales, puesto que cumple con muchos requisitos multidisciplinarios para su realización y ejecución. La música como manifestación humana, es un campo que contiene su propio lenguaje y se basa en otras disciplinas para su desarrollo,

por ejemplo, la física, las matemáticas, la acústica, la economía y las ingenierías. Cabe señalar que, existen diversos tipos de música que surgen en contextos socioculturales que han tenido como fin tanto la socialización humana (Abreu, 2003; Martí, 2010; González, 2012), como la comunicación de un sin fin de experiencias trascendentales para la vida cotidiana y espiritual (Boiles, 1967). La música, es también un instrumento social que genera una construcción interdisciplinaria mediante la experiencia sonora y como fenómeno estético tiene cualidades comunicativas, puesto que, a través de dicho intercambio, se plasman sonidos, silencios y se construye intersubjetiva y colectivamente un lenguaje artístico.

La reproductibilidad técnica

Como noción analítica la reproductibilidad técnica, es un concepto que proviene del campo de la filosofía y que ha sido utilizado principalmente para explicar fenómenos de producción artística que suceden en el campo de las artes audiovisuales donde se incluye el cine, la música, la fotografía, etc. Debido a lo cual, partiré de la exposición del concepto de arte para explicar su relación con el concepto de aura y de la obra artística, ya que ambos se encuentran ligados a la reproductibilidad técnica. Abordaré también la tecnología del registro del sonido y los formatos de reproducción como elementos que permiten comprender la importancia de capturar y comercializar la música; en este caso, la reproductibilidad técnica tiene una estrecha relación con la producción artística, la cultura popular, la cultura de masas y la música popular.

El filósofo alemán Martin Heidegger (1996), esboza el concepto de la obra de arte partiendo de la idea que existe un inicio, es decir un “origen”, al que define como la esencia que representa las virtudes que se quieren materializar; según expone, “El artista es el origen de la obra ... existen obras artísticas a medida que hay un sector dedicado a su producción ... El arte se hace patente en la obra de arte” (p.1), define entonces que no hay arte, sin obra de arte y a su vez, no hay obra de arte sin artista. Bajo esta lógica que apunta Heidegger (1996), podría señalar que, para encontrar el origen y esencia del fenómeno artístico, hay que reconocer entonces todas las lógicas posibles de expresión humana que remitan a los procesos de creación tanto con fines estéticos como lúdicos, puesto que la obra artística es también el resultado de perspectivas propias del sujeto que aluden a un proceso creativo terminado para la interpretación.

Manuel Restrepo (2005) sintetiza la idea de Lausberg (1966), respecto a la obra artística y comenta que es “un sistema de reglas extraídas de la experiencia, pero pensadas después lógicamente, que nos enseñan la manera de realizar una acción tendente a su perfeccionamiento y repetible a voluntad, acción que no forma parte del curso natural del acontecer y que no queremos dejar al capricho del azar” (p.5). De esta manera, la obra artística se puede materializar en los ámbitos sonoros, visuales, audiovisuales, literarios, entre otros más; es un hábito o virtud intelectual que se aprende a través de la ejercitación, de la imitación de los ejemplos y del estudio de la doctrina a través de la disciplina enseñada por los maestros (Restrepo, 2005).

Por lo que corresponde a la obra artística, Walter Benjamín señala que es reproducible en cuanto a la producción técnica, al referir que “la reproducción técnica del sonido fue emprendida a finales del siglo pasado” (p.40), este enunciado se refiere a una aceleración que describe los estándares generales de la producción industrial, propios del siglo XIX, así como la conformación de industrias culturales en el siglo XX y que con adecuaciones continúan vigentes en el siglo XXI. En el ámbito musical, durante este periodo, las compañías discográficas transnacionales promovieron la cultura de masas a través de la producción de nuevos ritmos (Negus, 1999) y medios tecnológicos como la compañía RCA Victor que produjo y comercializó gramófonos. De ahí que, en los inicios del siglo XX, mediante el uso de los fonógrafos, la grabación de discos de música popular condujo a una acelerada circulación y reproducción masiva de obras artísticas en la radio, es decir, con el paso de los años se instauró un proceso hegemónico para la creación y mediatización de estos contenidos, fue entonces que las empresas transnacionales empezaron a dominar el creciente mercado fonográfico atraídos más por el capital económico y no por la producción de la obra artística (Benjamin, 1989a).

Para Benjamin (2013), la obra artística posee ciertas cualidades y recursos tanto de discursividad como de autenticidad, en este sentido, el autor señala que los procesos empleados para producir música se vieron profundamente modificados a través de la llegada de aparatos de grabación y de la experimentación de diversas técnicas de registro sonoro. Así pues, en el fenómeno de la grabación musical se caracteriza -entre otras cosas- porque trata de incluir sensaciones que remiten a procesos de expresión del creador, del contexto y de la forma en que se ejecutan los instrumentos para producir música, donde se incluye la

autenticidad.

Este gran cambio en la forma de percibir y vivir la música, es decir del tránsito entre ejecutarla y escucharla en conciertos y recitales, a registrarla para reproducirla en salones de baile, bares, clubes y en el hogar, propició cierto escepticismo sobre lo que podría suceder con el valor musical y el aura de las obras artísticas. Aura es un concepto propuesto por Benjamin (1989b), para comprender la originalidad expresiva de la obra artística y definido como: “Una trama muy particular de espacio y tiempo: irrepetible aparición de una lejanía, por cerca que ésta pueda estar” (p.75). La originalidad y la reproducción, fueron dos elementos casi inseparables para definir tanto la importancia de la unicidad de la obra artística, así como su valor en el mercado al producirla industrialmente. La originalidad expresiva para Benjamin (1989a), está en relación con la respuesta emotiva y humana que se produce al escuchar una obra artística o presenciar un *performance* en vivo; sin embargo, lo que se considera que está en juego desde este acercamiento es la valoración estética a la creación de la obra artística mediante la interpretación desde los márgenes de lo *sincero* o *impuesto*, categorías que el autor atribuye al proceso de la concepción de la obra artística para reconocer su autenticidad.

Bajo el dominio de una imposición estética y mercantil, muchas de las obras artísticas que se fabricaron y se acomodaron en el gusto de las personas a través de prácticas de circulación masiva (Adorno, 2009) poseían una falta de autenticidad (Benjamin, 1989a); pese a esto, lograron el éxito comercial mediante el control de técnicas y fabricación de ritmos, texturas, arreglos, planos sonoros y efectos que maquillaban la falta de ingenio y de originalidad. Por tal motivo, la valoración ética y estética a la que se refiere Benjamin, es una clave para entender la significación de la obra artística en un contexto específico; pero también advierte con una visión futurista, sobre la resignificación de otros entornos que se conformaron posteriormente a través de las relaciones entre consumo y la producción masiva, de la originalidad y de la copia, del aura y de la comodidad, del medio y del mensaje (Gayraud, 2019).

la grabación y sus implicaciones técnico-industriales, es decir su reproductibilidad y su capacidad de ser difundida masivamente y desterrada, es decir desterritorializada, constituyen criterios determinantes en la producción (Gayraud, 2019, p.36, traducción propia)

Gayraud (2019) ofrece elementos clave para comprender tanto la materialidad de la obra (Adorno, 2009), como la experiencia de la grabación y la reproductibilidad de la música popular. La reproductibilidad técnica en la música para Benjamin (1989a) es la sustitución del *performance* por la producción de dispositivos de reproducción sonora; para este autor, la obra de arte es (re)producida técnicamente y desplaza la concepción del arte basada en su valor cultural; es decir, que esta práctica forma parte de una serie de transformaciones sociales, culturales, económicas, estéticas y tecnológicas como sucedió en la literatura, grabado, pintura, fotografía y cine (Benjamin, 1989a).

La creación de estándares de producción industrial en cada rama artística se formó con relación a un amplio proceso tecnológico que abrió paso a la comprensión de la capacidad creativa de los artistas, músicos, fotógrafos y cineastas a través de aparatos que exigían nuevas técnicas de manipulación. Así pues, a manera de experimentación y bajo el ejercicio de la prueba - error de metodologías para el registro, se comenzó a capturar el entorno, es decir lo popular⁵⁸, se registró la diversidad de costumbres y modos de vivir; en el ámbito de la música se registró las maneras de ejecutar instrumentos y ritmos tradicionales, esto trajo consigo, en años posteriores, un proceso de hibridación cultural y musical. Este proceso de autoreconocimiento de lo popular propició la configuración de nuevas prácticas sociales, en este caso, el uso de tecnologías de registro tanto de sonido como de imagen, no solo fueron consideradas por las empresas para que las utilizaran los artistas, sino el público en general, en este sentido el acceso a la tecnología moldeó la manera de percibir la realidad y de reproducirla.

Encuadre Conceptual

A continuación, defino cinco conceptos generales para iniciar un acercamiento teórico-conceptual en esta investigación: industrias creativas, música popular urbana, apropiación tecnológica, microeditora fonográfica, e independiente.

⁵⁸ Se puede describir por popular, como un espacio de producción social de sentido con una amplia gama de posibilidades y modos de configurar la vida pública (Martín-Barbero, 1987). En palabras de Martín-Barbero (1987) Certeau se refiere a popular como un espacio en conflicto entre estilos y saberes, entre técnicas y resistencias.

Industrias culturales, musicales y creativas.

El concepto de Industria Cultural, fue desarrollado en la Escuela de Frankfurt por Adorno y Horkheimer (1948), quienes mediante un análisis y posicionamiento filosófico, sociológico y estético definen el comportamiento de grupos empresariales dedicados a la comercialización y masificación de bienes artísticos y culturales. Así, publican una severa crítica a los procesos de comercialización del arte y la música.

Desde la invención de la radio se crearon principalmente en Estados Unidos, Inglaterra y Alemania industrias culturales dedicadas a la producción musical y discográfica, así surgieron los sellos discográficos quienes fungieron como plataformas de comercialización de la cultura popular; por esta entre otras razones, la música atravesó por un proceso de masificación, a este fenómeno de desencantamiento (Adorno, 1973) o como sugiere Benjamin (1989a) que gran parte del repertorio musical perdió *autenticidad y aura*; debido a los procesos de comercialización masiva, de tal manera es notorio que, estas posturas agudizaron y pusieron a discusión la problemática sobre las prácticas y usos de los medios de comunicación y la acelerada producción y competencia en la industria musical.

Adorno (2009) en su revisión de la industria cultural y en específico de las formas de producción musical, aborda el proceso de reconocerse socialmente por medio de mercancías musicales, si bien este concepto es una crítica a la cultura de masas, evolucionó hasta convertirse en plural a industrias culturales.

Desde la perspectiva de la economía de la cultura, Towse (2014) señala que las industrias culturales pueden definirse mediante tres acciones fundamentales que son *la creación de contenidos culturales por intermediarios, su producción masiva y la distribución de estas mercancías a sus audiencias*. Las industrias culturales son aquellas capaces de producir contenidos de cualquier índole a través de medios tecnológicos tal es el caso del cine, la radio, la televisión, la prensa, etc. Entre este tipo de industrias culturales cataloga a la industria de la producción musical donde se encuentra el sector fonográfico.

La UNESCO en 2009, definió las industrias culturales de la siguiente manera:

Las Industrias Culturales son aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos, los cuales son intangibles y de naturaleza cultural. Los contenidos se encuentran protegidos por derechos de autor y pueden tomar la

forma de bienes o servicios. Dentro de las industrias culturales por lo general se incluyen industrias como la imprenta, la editorial y la multimedia, la audiovisual, la fonográfica, la [cinematográfica], así como la artesanía y el diseño.

Uno de los fenómenos más concurridos en las industrias culturales es la concentración y dominación por pocas corporaciones con alto poder financiero para competir sobre el mismo mercado (Towse, 2014), de esto resulta; una red concentrada de monopolios internacionales que pueden obtener beneficios de un mercado activo de consumidores. García Canclini (2006) advierte que la globalización de las industrias culturales es un riesgo para las culturas locales ya que los contenidos que se realizan por compañías transnacionales ejercen sus criterios de hibridación en las prácticas culturales. Las industrias culturales combinan la creación, con la producción y la comercialización de productos artísticos; a decir de Abreu “las industrias culturales desarrollan diversos sectores, uno de ellos es la producción cultural, en ella habita la industria de la música” (Abreu, 2013).

Towse (2010) utiliza la idea de la Industria Musical para referirse a un complejo y variado ámbito donde se desarrollan actividades que conciernen a la composición musical, grabación, música en vivo, promoción, representación artística, así como la producción y distribución discográfica. Por lo tanto, muchas industrias culturales de la rama de la música y la difusión del sonido utilizan la tecnología como la posibilidad industrial y han transitado a través de los años por una *mutación tecnológica* (Tolila, 2006). Esto se refiere a los procesos de cambio que deben instituirse al interior de las industrias culturales para seguir comercializando productos mediáticos puesto que muchas compañías que prestaban sus servicios se quedaron rezagadas hasta su desaparición debido a la implementación de nuevas tecnologías. En este sentido, Tolila señala:

Las industrias culturales, más que todas las demás, son sensibles a las evoluciones tecnológicas porque la mayor parte del tiempo las innovaciones de la técnica han provocado y condicionado el nacimiento y la existencia misma de estas industrias (2006, p. 68)

Así, en la industria musical actúan industrias culturales y creativas que representan un conglomerado de agentes y prácticas que elaboran registros fonográficos y otras actividades como forma de negocios en donde los contenidos creativos y su distribución tienen que ver

con estructuras comerciales que permiten ofrecer intercambios de valor económico ante la obra artística (Towse, 2014).

La industria de la música reúne características que se rigen por normas industriales y de mercado que constantemente implican cambios radicales en sus modelos de producción, gestión y consumo. En el mundo y en nuestro país, la industria musical se encuentra en cierta fase de desarrollo o en procesos de gestación como formas emergentes de expresar e institucionalizar la naturaleza colectiva de la creatividad, la colaboración y el consumo musical. Las industrias culturales difieren de las demás industrias (entendidas como sistemas de producción de bienes y servicios dentro de un sistema económico dado) cuando reconocemos sus procesos de producción y distribución, y por la particular relación de sus productos con la sociedad, al constituirse en generadores y transmisores de conocimiento o vertebradores de las relaciones sociales.

Conviene para esta investigación un acercamiento explicativo al término *creatividad*, puesto que, a través de él, se puede pensar en clave los demás conceptos y reconocer tanto los modos de trabajo, así como los significados y la intención de ciertas prácticas colaborativas que realizan las microeditoras fonográficas a través del diseño gráfico y de las composiciones musicales.

En la tradición del análisis sociocultural, se han realizado críticas importantes a la noción de *creatividad* (Taylor, 2012) exclusivamente vinculada a colaboraciones productivas bajo circunstancias de libertad y ausencia de restricciones. Aunque suponen que la creatividad es promovida por la interacción libre, incluso lúdica entre iguales, Paloniemi y Collin (2012) señalan que la creatividad práctica implica encontrar, experimentar y transgredir los límites de la agencia participativa; esto implica considerar cuál es el lugar social y las condiciones de las ocupaciones supuestamente creativas, sobre todo, reconocer el lugar de los trabajadores creativos dentro de sistemas económicos. Los múltiples significados atribuidos a la creatividad se superponen y a veces entran en conflicto, por lo tanto, sus implicaciones producen nuevas lógicas como parte de las prácticas laborales y de la vida en las micro organizaciones.

La globalización y la modernización de tecnologías, son dos elementos que han configurado diversos campos de la vida pública, Bolaño (2013) considera que el papel que han jugado los medios de producción en la comunicación del conocimiento ha reforzado las

prácticas del capitalismo y como consecuencia varios sectores tanto artesanales, artísticos y culturales han sido desplazados por prácticas que suceden en ambientes industrializados y digitales. Por lo tanto, vale la pena reflexionar en dichas transiciones y de qué manera han afectado a la producción cultural tanto local y global, cabe señalar que algunas posturas ideológicas y académicas han mutado al considerar la producción cultural como un bien intelectual.

El *intelecto* y la *creatividad* (Taylor, 2012) son ingredientes que abren la posibilidad de reflexionar en otras vías de producción cultural, tanto de *manera pública como privada* (Du Gay & Pryke, 2002). Por consiguiente, surgen nuevos modelos basados en generar fuentes y oportunidades tanto laborales como imaginativas para competir en un ambiente automatizado que se ha consolidado a través de los sistemas económicos neoliberales. Así, el surgimiento de plataformas “creativas” de innovación cultural y económica propició nuevos objetos de estudio desde varias disciplinas ya sea la economía de la cultura, enfocada a la producción de textos o los estudios culturales enfocados a los procesos de recepción de textos, la economía política de la comunicación en los procesos de hegemonía y relaciones de poder, así como la geografía económica y los estudios de economía heterodoxa organizacional. Por lo tanto, analizar culturalmente la producción conlleva a estudiar los procesos industrializados y también reflexionar cómo se concibe a la producción artística.

A medida que la digitalización y la globalización han ido transformando nuestras relaciones con los medios, así como la cantidad, calidad y diversidad de los propios textos mediados, las prácticas industriales se han acercado al centro de nuestra comprensión de los fenómenos mediáticos contemporáneos (Havens, Lotz, & Tinic, 2009, p.235, traducción propia)

Rowan (2010), alude a estas plataformas creativas mediante la idea de la *industria creativa*⁵⁹, y señala que en ellas se intentaba englobar a todas aquellas microempresas, trabajadores autónomos y agentes independientes que trabajan en los márgenes de las industrias culturales.

Junto a las grandes empresas editoriales o cinematográficas comenzaron a aparecer cierto número de productores independientes, microempresas o trabajadores autónomos. Estos tuvieron que aprender a identificar las estructuras y los mecanismos del mercado y a operar

⁵⁹ *Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy. Australia*

dentro de este nuevo marco económico-ideológico con el fin de convertirse en proveedores de creatividad y valor añadido. (Rowan, 2010, p.39)

Como he mencionado, el término de *industrias creativas* es resultado de una gran trayectoria de ajustes y posturas en diversas disciplinas y organizaciones internacionales⁶⁰. Una industria creativa es aquella que usa la tecnología y propiedad intelectual a su favor para la creación de contenidos propios. En la década de los noventa las industrias creativas emergieron para diferenciarse de las industrias culturales, entre sus características se incorporan servicios de producción y distribución de obras artísticas.

Las industrias creativas amplían el grupo de actividades culturales que integraban las industrias culturales e incluyen los productos o servicios de índole artística y creativa sustancial, como son los espectáculos u otros bienes producidos de manera individual, teniendo como característica su potencial para la generación de riqueza y trabajo a través de la explotación de la propiedad intelectual. (Banegas, 2019, p.97)

Córdova (2019) menciona que el *concepto de economía creativa entiende a la creatividad como el motor de la innovación*, por lo tanto, hay que considerar que las industrias creativas pueden ser catalogadas como *industrias de las artesanías, la música, la editorial, la radio y televisión y el cine y video, se incluyen la publicidad, la arquitectura, el mercado del arte y antigüedades, diseño de modas, videojuegos, artes performativas, servicios de software y computación*. (Córdova, 2019, p.211). El ministerio de cultura en Inglaterra propone la siguiente definición:

Las industrias creativas son aquellas industrias basadas en la creatividad individual, las habilidades y el talento. También tienen el potencial de crear beneficios y empleo a través de la explotación de la propiedad intelectual.⁶¹

El concepto de *industrias creativas* se hereda históricamente del concepto de industrias culturales y este de industria cultural; para esta investigación he considerado que la industria

⁶⁰Recuperado de: <http://www.creativelondon.org.uk/>

⁶¹Recuperado de: http://www.culture.gov.uk/what_we_do/creative_industries/default.aspx

cultural como concepto tiene las potencialidades para problematizar aquello que tiene relación con la influencia de la industria musical y los medios de comunicación, así como el impacto que tiene en la producción global, mientras que las industrias creativas están íntimamente ligadas con las prácticas artísticas e independientes. A la luz de estos conceptos, considero que la noción de industrias creativas para esta investigación aporta un modelo amplio de actividades, prácticas de producción y escalas de emprendimiento donde actúan las microeditoras fonográficas.

Música popular urbana y sus diferentes sentidos (social, mercantil y artístico)

La música es una manifestación de arte que se inserta en el campo de las expresiones de la cultura como un mecanismo complejo de movimiento, comprensión y reflexión del proceso inacabado del desarrollo de la sociedad (Abreu, 2003, p.17)

La presencia de la música popular en el debate académico contemporáneo constituye también una forma de incorporar socialmente a vastos sectores de la población latinoamericana, muchas veces segregados, que practican, consumen y construyen su mundo de sentido en base a una música que es de todos (González, 2012, p. 95).

Aspectos generales de la música popular

La música popular urbana, tiene su raíz en el modelo rítmico y melódico que hereda de la música popular y como noción refiere la clasificación de subgéneros musicales (Márquez, 2013) un tanto marginales y en resistencia⁶². La experiencia de los habitantes de conglomerados urbanos cotidianamente está expuesta a más tipos de música de los que nunca habríamos conocido, de ahí la necesidad de un ejercicio clasificatorio, sobre todo cuando nos referimos a un tipo de música en concreto que convive con otros muchos de diferentes procedencias, culturas o características. Estas características son diversas, sin embargo, coinciden en la apropiación de tecnologías y búsqueda de nuevos sonidos, la apropiación de estilos y la influencia de la ciudad como un espacio de producción de dinámicas culturales de grupos sociales (Connell & Gibson, 2007; Krims, 2007; Peters, 2010).

La música posee expresiones sociales en estructuras sonoras. El término de música

⁶² Por ejemplo, *Rap, Grime, Baile Funk, UK Garage, etc.*

popular lo retomamos de la definición que hace Josep Martí (1998), “para entender la música popular hay que hacer una notable distinción entre música culta y tradicional” (p.45). La primera se puede confundir como música especializada o de élite y la segunda cuando se refieren a géneros autóctonos que se dan en diversas regiones. El autor coloca lo *popular* como un efecto propio de los medios de comunicación masiva para diferenciar y explicar el consumo en el fenómeno musical. Martí (2000) postula el concepto de la *música popular como generadora de realidades sociales*, de tal forma que, la música moderna forma parte de la problematización sobre qué es música y cómo se deben abordar las nuevas corrientes.

La dimensión social

Se puede estudiar a cualquier sociedad desde sus prácticas musicales y desde sus fenómenos culturales que en ella transitan y ocurren. En este sentido, Martí expone:

[e]l fenómeno musical no nos debe interesar tan sólo como cultura, en el sentido más restringido de patrimonio, sino también como elemento dinámico que participa en la vida social de la persona y al mismo tiempo la configura. (2000, p.51).

Sobre la definición y los orígenes de la música popular, según este autor, la música popular como fenómeno cultural tiene como antecedente una tradición en espacios rurales y urbanos, tradicionales y conservadores, occidentales y no occidentales; refiere al resultado de la interacción entre los individuos que presencian, escuchan y ejecutan esta actividad. Por tanto, las músicas populares de diferentes espacios geográficos forman parte del ámbito cultural al ser consideradas manifestaciones que incorporan aspectos identitarios específicos.

En otro de sus trabajos, Martí (1998) ofrece un panorama sobre el término popular, con relación a la música, y destaca la existencia de una gran brecha entre esta y la música académica: por *música popular* refiere a un consumo cuantitativo que hace la población, entonces propone los siguientes postulados: “a) lo popular no tiene distinción de clase social, b) hacer la diferencia entre lo culto y lo popular, c) lo popular no se define por géneros musicales sino por procesos de consumo d) lo popular es un efecto de los medios masivos e) la música popular se debe entender mediante su contexto social f) el término popular visto desde la perspectiva de “alma” (1998, p.2). Las anteriores consideraciones, hacen ver cómo la música popular está más allá de sus propias propiedades acústicas puesto que también

surge de estructuras de pensamiento (Martí, 2000), estas estructuras son representadas por individuos que construyen relaciones e interacciones creativas, sociales y culturales.

La dimensión mercantil

Existe una importante dimensión relacionada con la música popular que tiene que ver con procesos de índole mercantil, y que atañe a la intelección de cuánto dinero se paga por la música y qué valor tiene para el consumidor escuchar ese mensaje del artista. De esta manera, se manifiesta una influencia recíproca entre la creación, clasificación, arraigo de los géneros y una cierta regulación mediática de la industria musical con la audiencia. Estas prácticas conviven de manera simbiótica, al grado que el género musical condiciona el negocio musical, de modo similar al que éste condiciona los significados de los géneros, subgéneros y de quienes atienden mediante la escucha.

Adorno (2009) en su acercamiento a la música popular, define como *música ligera* a aquella que no tiene otros fines más que entretener de forma masiva sin fines éticos-estéticos, sin alguna entidad o alusión sublime de lo artístico; explica que esta música surge mediante el abaratamiento de nuevas propuestas que visitan el pasado y le dan forma a una fusión del presente. La mercancía musical como forma totalizadora que promete y desborda una nueva función en los medios de comunicación cada vez se muestra más complaciente a los gustos del público y de los empresarios.

La música popular y las maneras de ser abordada en América Latina.

Juan Pablo González en su obra *Pensar la música desde América Latina* (2013) ofrece varios análisis críticos y menciona que existen diferentes modos desde la musicología para abordar la música latinoamericana que son: las perspectivas multidisciplinarias, la música popular, el papel de la mujer, la tradición, modernidad, vanguardia, nacionalismo, americanismo, migración y la globalización. Desde esa variedad de perspectivas, se pueden estudiar lo que define como nuevas corrientes o *hibridaciones musicales* que, en muchos casos, las clasificaciones atienden a criterios textuales y extratextuales, y toman en cuenta la trayectoria histórica, el contexto político, el contexto sociocultural, la estética y la evolución del género musical.

En América Latina el campo de la música popular surge como un elemento del

proceso de modernización social mediante la existencia de *música masiva y mediatizada* (González, 2013), es decir que existen músicas con sistemas simbólicos que al combinarse o reproducirse en otros contextos pueden ser innovadoras, tal es el caso de la llamada *world music*. González enfatiza que la música popular desarrolla sus propias intertextualidades analíticas que pueden ser lingüísticas, musicales, sonoras, performativas, visuales y discursivas; con base en los planteamientos anteriores, la importancia social de la música radica en la capacidad de expresar maneras de pensar. En tanto a los procesos de apropiación y consumo musical, cada generación tiene diversas formas de producir música y, en este sentido, la música de los jóvenes se refiere a la música popular urbana que se crea en diferentes espacios geográficos, con una gama de posibilidades tecnológicas en momentos determinados. Así pues, la música no se significa igual en un *ghetto* de Jamaica, en una *favela* de Brasil, en los barrios de Shibuya en Japón, en las colonias de Monterrey (Olvera, 2018) o en el *downtown* de Los Angeles (Peters, 2010).

La música popular se adapta a espacios de convergencia para hacer tangible una experiencia deslocalizada, esta adscripción social se da por las experiencias de convivencia en eventos públicos y mediante formas que se representan en actividades como escuchar, bailar, vestir, consumir y representar sistemas de significación que los enmarca dentro de una práctica sociocultural específica.

González (2013) invita a pensar la música popular en Latinoamérica, mediante una perspectiva que abarque las tecnologías híbridas, la cultura de masas, las técnicas de producción, a la par de revisar cómo se han desarrollado modelos propios que resultan de un proceso abierto de creación musical mediante formas, sentidos, lugares, etc. Para este autor, la música popular surge como efecto de la globalización y es una mediación entre la cultura oral y la cultura de masas que exige sus propios modelos de producción y de divulgación. Por tal motivo, existen posturas divergentes y cierto desprecio académico por los estudios de música popular, puesto que su análisis está fundamentado en la construcción social de significados desde el consumo.

Apropiación tecnológica

Las perspectivas de los investigadores Martín-Barbero (1987), Scolari (2004) y Jenkins (2008), sirven para dialogar entre el uso y diversidad de herramientas tecnológicas para la

producción de bienes simbólicos insertos en lógicas sociales y culturales. Un fenómeno de particular importancia en este sentido es la creación de *software* de producción musical, en tanto que ha propiciado una democratización para creadores en diversas regiones del mundo quienes crean *tracks*⁶³ deslocalizados y que corresponden más a un ambiente global. El uso de redes sociales y plataformas de divulgación⁶⁴ ha hecho posible que los contenidos musicales sean puestos en circulación mediante la libre descarga.

Partiendo de las propuestas de Martín-Barbero (1987), Scolari (2004) describe que los procesos de comunicación están mediados por la relación *hombre-máquina* y *máquina-máquina*, en los cuáles el uso de interfaces digitales ha optimizado la portabilidad y visualidad para la producción y procesamiento de información y como consecuencia otras maneras de habitar el mundo y relacionarnos como individuos. La *hibridación entre sistemas* (Scolari, 2004) ha facilitado la vida diaria mediante nuevos dispositivos, herramientas, *hardware* y *software*; esta perspectiva permite visualizar cómo los cambios en la sociedad respecto a la tecnología y su adaptación a la vida cotidiana son cada vez más constantes y relevantes.

El ámbito de la industria musical, por ejemplo, es un entorno por donde transitan elementos fundamentales ya sea eléctricos análogos, como electrónicos y digitales, tanto en lo que toca a los instrumentos musicales como los aparatos para su grabación y que posteriormente deben procesarse, de igual manera a través de algún tipo de tecnología para su finalización (Greene, 2005). El ambiente musical está permeado de interfaces que intervienen en el proceso de su producción, reproducción y distribución logrando una conectividad de individuos, redes y datos que construyen sociabilidad (Jenkins, 2008). Muchas de las acciones que se realizan en el campo de la industria musical han servido para la configuración de un mundo digital que ofrece infinitas posibilidades para la innovación de contenidos sonoros y para su distribución (Jenkins, 2008).

A través del empleo de los distintos *softwares* de producción musical, muchos jóvenes alrededor del mundo han consolidado técnicas que les han permitido crear, mezclar y masterizar música a un nivel profesional, tal es el caso de los programas como *Live Ableton*, *Cubase*, *Reason*, *Fruity Loops* y *Traktor*; que siguen brindando actualizaciones vigentes y

⁶³Canciones, temas, melodías.

⁶⁴myspace.com, mixcloud.com, soundcloud.com, bandcamp.com, etc.

compatibles con otras interfaces. El impacto social de la interacción *hombre-máquina* (Scolari, 2004) y en general el uso de tecnologías y redes sociales comporta procesos mediatizados, transitorios y en constante cambio⁶⁵. No importa qué tecnologías sean usadas para producir conocimiento, el efecto de estas prácticas comunicativas está en función de la producción de mensajes y la efectividad de su recepción, como señalan Krotz (2007) y Hjarvard (2008). Los ejemplos más tangibles para comprender cómo la tecnología, la comunicación y la música forman parte de un mismo proceso, es cuando se producen dispositivos de reproducción para escuchar la música. A continuación, recuperando el trabajo de Esparza (2015), expondré un listado cronológico de los principales soportes y formatos que han remodelado el campo de la industria musical (p.21):

1888: Manufactura en serie de los fonógrafos.

1904: El disco de pasta de 78 rpm se puede reproducir por ambos lados, A y B.

1931: Introducción del formato vinilo.

1948: Se confecciona la idea del LP (Long Play) con capacidad de 48min.

1963: Introducción del Cassette (Cinta)

1964: Introducción del 8 Track (Cinta)

1981: Manufactura en serie del Walkman de la marca Sony.

1982: Lanzamiento del CD.

1995: Introducción del Archivo Digital Mp3 (Elaborado por Movie Public Group).

1999: Aparece el software para libre descarga de archivos musicales Napster.

2001: Introducción del iPod como reproductor de música en formato mp3 de la marca Apple.

2011-2018: Regreso de las tecnologías en Vinilo y Cassette. Uso de plataformas de *streaming*.

Como es posible apreciar en esta cronología, las continuas transformaciones tecnológicas han sido claves referenciales de la convergencia digital (Martín-Barbero, 2010) y la democracia digital (Jenkins, 2008), también han replanteado la manera de producir y consumir cultura, en el caso de la industria musical esto también sucedió. La creación de

⁶⁵Plataformas como *Tik Tok*, *Facebook*, *Instagram*, *Snapchat*, etc. son ejemplos de recursos de comunicación digital con gran aceptación y que sirven entre otros fines, para promocionar música en redes sociales.

redes sociales en Internet tales como MySpace, Facebook e Instagram han permitido el flujo de información visual, sonora y personal; así como otras plataformas eminentemente musicales en Internet como Soundcloud facilitan el consumo de música a través de la reproducción gratuita y, en algunos casos, la libre descarga de archivos digitales; asimismo los portales⁶⁶ de libre descargas de *software* han reorientado el sentido del uso de los medios de comunicación digital en la sociedad. En cuanto a los músicos, muchos de sus productos se ven envueltos en un proceso de monetización que ha iniciado en el siglo XXI a partir de sofisticadas plataformas como iTunes para compra y distribución de música, así como Spotify que se consolidó como una red global de prepago para escuchar música digital sin interrupciones. En otros casos, la libre transmisión de contenidos tal es el caso de *vistreaming*, *mixlr* y *shoutcast* funciona para crear emisoras en línea, y la paradoja del YouTube que es creada como una plataforma visual donde una buena parte de su oferta es de videos estáticos, pero con contenidos musicales que en muchas ocasiones son rarezas o discos muy difíciles de obtener.

Un caso singular es el de la plataforma digital Bandcamp, en tanto que en este *website* se puede escuchar música online, descargar gratuitamente y comprar música con ganancia directa al autor combatiendo el efecto negativo de la piratería y el debate sobre la propiedad intelectual (Fouce 2010). Muchos sellos discográficos lograron adaptarse a las condiciones creadas por nuevas tecnologías y medios de comunicación para sobrevivir a los cambios de época puesto que el modelo tradicional “había perdido su importancia debido al streaming gratuito” (Towse, 2010).

De lo anterior, se puede señalar que la apropiación de tecnologías sitúa los cambios mediáticos y pone en discusión a la tecnología como dispositivo central de consumo (Jenkins, 2008); por otra parte, la convergencia digital (Martín Barbero 2010) tiene implicaciones de índole creativa en tanto sugiere un conocimiento colectivo que se debe de compartir en la red; la creatividad es un elemento fundamental en el ámbito de la industria musical. Por último, es notable que las innovaciones en la fabricación de dispositivos de reproducción tanto físicos como digital son el resultado de los avances tecnológicos con fines estéticos.

⁶⁶Recuperado de: <https://thepirate-bay.org/>

Microeditora fonográfica

El término editora en este caso se diferencia de las editoriales literarias y de las editoras que licencian música para sincronización de productos visuales, en tanto se centra en el proceso de producción, comercialización y circulación de la obra artística en el campo musical. Por otro lado, el término *records* está relacionado con los estudios de grabación, también a las tiendas de discos y a los sellos discográficos transnacionales o asociado a los sellos discográficos – *record labels* del tipo “majors”.

En este caso, utilizo el concepto microeditora o *micro record label* bajo el supuesto que son modelos organizacionales especializados de producción musical (Strachan, 2007; Cammaerts, 2008; Belchior, 2018). Algunos elementos que permiten describir a las microeditoras es que funcionan como modelos participativos, colectivos, culturales, económicos, artísticos y sociales mediante prácticas musicales y con una *ideología independiente* (Strachan, 2003).

Desde una perspectiva sobre la conformación de proyectos colectivos y plataformas musicales, defino microeditora como la posibilidad de establecer proyectos con una estructura laboral limitada con un rango de producción relativamente pequeño. Un rasgo distintivo de las microeditoras en las prácticas de producción de dispositivos de reproducción es que algunas solo producen 50, 100, 300, 500 o hasta 1000 unidades. En otras ocasiones son ediciones limitadas de lanzamientos muy especiales de hasta 20 unidades. Tomando la definición de García Canclini (2006) “una microempresa se define por la participación de 1 a 10 miembros en su trabajo cotidiano” (p. 55), en ese sentido las microeditoras, funcionan como microempresas tanto en número de individuos que colaboran y por las unidades de producción de dispositivos de reproducción que ofrecen al público.

En su mayoría, las microeditoras están regidas por un director que colabora vía *networking* con otros colaboradores de áreas como diseño gráfico, músicos, promotores, ingenieros de audio, *community managers* y abogados (en algunos casos), para la configuración y comercialización de la obra artística. Las microeditoras son instituciones con una estructura laboral mínima, por ende, los procesos de coordinación entre producción, manufactura, grabación y relación con los artistas es más personalizada y generalmente puede ser gestionada vía Internet (Belchior, 2018).

Antonio Casilli, Paola Tubaro, Clément Le Ludec y Elinor Wahal (2020), abordan las

plataformas de microtrabajo en Francia, y hacen referencia al complejo y diverso ambiente que supone el trabajo online y a la asignación de tareas estandarizadas, en una economía liderada por la *plataformización*. El *networking* y el micro-trabajo es una demostración de lo que provocan estas nuevas condiciones laborales y colectivas que a su vez tienen implicaciones en el ámbito sociocultural.

En cuanto a la producción de los dispositivos de reproducción generados para cada lanzamiento, estos tienen un tiraje limitado que corresponde a un público igualmente reducido y que sólo podrán acceder a este producto por contacto directo en conciertos o en muchas ocasiones únicamente en tiendas físicas especializadas. Una virtud de estos proyectos es la interacción directa con el público mediante su presencia en stands en tianguis organizados por sellos discográficos independientes y stands en festivales o de manera virtual, en las plataformas digitales, redes sociales y portales de descarga autorizados. Cada microeditora tiene una manera particular de promover estos impulsos artísticos que no tienen presencia en otras estructuras comerciales y mediáticas; por lo tanto, cada lanzamiento tiene sus propias posibilidades de mercado y público. Este proceso podría sintetizarse con lo que Towse menciona sobre las prácticas de producción en las industrias creativas de música y sus actividades de promoción de manera física a la digital:

Son altos los costos de producción para producir la primera pieza original, después este artículo se podrá hacer en serie y reproducir hasta obtener una ganancia de cero debido a su reproducción gratuita digital (Towse, 2014, p.11)

Habitualmente las microeditoras definen su diseño y modo de operación por los subgéneros musicales que atienden y por la manera en cómo configuran sus lanzamientos en sencillos, compilaciones, EP o LP. Una microeditora tiende a la innovación, mientras que un sello discográfico comercial tiene como preocupación central la persistencia en el mercado. Como hemos observado a lo largo de esta investigación las microeditoras son en la mayoría de los casos, proyectos independientes y negocios que se desarrollan bajo otra concepción de intereses económicos, donde sí es importante la recuperación económica de la inversión, pero también se contempla que quizá no regrese esa inversión; sin embargo, el aporte que brindan a la cultura local y global es mediante la visibilización de artistas y tendencias, la persistencia a través de la calidad en sus productos y de no sucumbir ante los voraces sistemas

de negocio comercial que exige el capitalismo moderno. Las microeditoras (Strachan, 2003; Belchior, 2018) no son modelos que están insertos en lógicas compatibles con las de medios de comunicación masivos, es claro que algunas transnacionales poseen más visibilidad, pero esto no impide que puedan ofrecer productos culturales con estándares de calidad y que puedan competir en el mismo mercado.

Independiente

En la Real Academia Española, el adjetivo independiente se define como “lo que *no guarda relación de dependencia con otra cosa, con relaciones personales, que no depende de una autoridad, que prefiere obrar o pensar por sí mismo, sin ayuda o influencia de los demás y sin dar cuentas a nadie, que está separado, que no depende de otros, que no está afiliado a una ideología*” (RAE, 2020). También este término guarda una relación directa con el término autónomo, mismo que la RAE la define como “*la persona que trabaja por su cuenta*” (RAE, 2020).

Autonomía sirve para “*designar la condición de libertad que una persona posee y que le permite por caso desenvolverse correctamente en cualquier actividad sin la necesidad de una ayuda externa*”. (RAE). Como se ha señalado en el estado del arte, el término independiente, se asocia principalmente a tres elementos: a) *la libertad estética en el proceso creativo*, b) *en la configuración de prácticas que llevan implícitas la toma de decisiones* y c) *en los modos de producción mediante una perspectiva económica autónoma*. En este sentido músicos, promotores, sellos discográficos y medios de comunicación juegan un papel clave en la producción y circulación de contenidos artísticos.

Una postura independiente posee en toda medida la responsabilidad de asumir las consecuencias de ciertos actos al no responder a una estructura jerárquica de intereses superiores. En el ámbito musical conlleva a la idea de esfuerzo y realización. Así, la categoría “independiente” remite a sostener derechos y opiniones para afirmarse autosuficiente y autónomo. Algunos autores como Strachan (2003) definen la ideología independiente en la música mediante el concepto *DIY-do it yourself*, el cual engloba una visión que impulsa la creación y producción artística desde una perspectiva autónoma (Drijver & Hitters, 2017). Andy Bennett y Paula Guerra (2018) exploran el concepto *do it yourself*; y cómo este concepto ha englobado, en palabras de los autores:

un bricolaje que ha crecido para encapsular un sector alternativo altamente complejo y vibrante de producción y consumo cultural a escala global (...) se ha desarrollado desde un espíritu de resistencia centrado en el punk a la industria de la música convencional a una estética más ampliamente respaldada que sustenta una amplia esfera de producción cultural alternativa (Bennett y Guerra, 2019, p. 2; traducción propia)

El concepto de autonomía en las ciencias sociales tiene múltiples significados y ha sido ampliamente revisado mediante diversas disciplinas (Sapiro, 2019). La autonomía desde la sociología del arte evoca reflexiones que explican las relaciones entre los procesos de producción y de circulación de los bienes simbólicos; en la filosofía, Kant (2004) desarrolla un acercamiento teórico fundado en el principio supremo de la autonomía y la moral del individuo, es decir, en la fundamentación de una filosofía práctica, ética, jurídica, política, y también crítica (Rohden, 2008). Kant (2004) desarrolla la autonomía como indicador de autodeterminación, voluntad y respeto. Así, la autonomía es presentada como la condición más visible de la libertad que implica la independencia tanto de la materia como del objeto; en la práctica la autonomía es la determinación inmediata de la razón. (Kant, 2004; Rohden, 2008).

En el campo de la política, la autonomía suele referir a la capacidad de organización de los individuos y a la delimitación espacial de las ciudades en un espacio geográfico determinado (Sapiro, 2019); en la teoría marxista el término ha sido ampliamente discutido debido a que se vincula con los sistemas de producción y con la sociología de las profesiones. La autonomía en este último caso puede remitir a prácticas de desarrollo profesional realizadas tanto de manera individual como colectiva con un fin común; sin embargo, muchas prácticas de profesionalización que sugieren autonomía son reguladas por sistemas⁶⁷ y estructuras como señala Sartafi Larson (1997, en Sapiro, 2019). Si trasladamos a la profesionalización como un acto autónomo, esta práctica exige entonces analizar de qué manera se llevan a cabo estas actividades. Freidson (1986, en Sapiro, 2019) señala que los trabajos “creativos”, no gozan de un estatus de reconocimiento social o de profesionalización a pesar de compartir algunas características como la división del trabajo (Becker, 2008) y

⁶⁷La educación, el deporte, el gremio de la salud, etc.

organización corporativa. En el campo de las artes existe una severa crítica desde la concepción marxista a los procesos de producción, distribución y recepción de la obra debido a que la autonomía es entendida en términos de técnica, estética e ideología (Sapiro, 2019).

Síntesis del capítulo

Luego de las revisiones expuestas, como afirmación general puedo destacar que no existen definiciones estandarizadas ni absolutas en ninguno de los conceptos revisados, las diversas tradiciones teóricas y analíticas otorgan una pluralidad de elementos que apuntan a la comprensión más detallada de fenómenos insertos en el ámbito de la industria musical.

Cabe señalar que la transformación acelerada en el campo tecnológico y en consecuencia en la innovación en las prácticas de producción, ha dado como resultado una experimentación y resignificación constante tanto en el campo de la creación y la producción musical como del consumo musical. Es posible reconocer esto en las recientes condiciones de confinamiento social derivado de la crisis sanitaria por Covid 19, que de manera significativa han visibilizado cómo la industria musical genera un producto que se involucra persistentemente en la vida social como una mediación fundamental. Los consumidores a los que se podía “segmentar y clasificar” están modificando sus preferencias sobre la música y particularmente se ha amplificado el universo de cómo quieren experimentarla. Lo que cualquier observador de la vida social contemporánea puede comprobar es, no solamente un incremento del consumo de música, sino vías inesperadas y procedimientos múltiples mediante los cuales ésta se ha convertido en una parte más significativa de su cotidianidad.

Frente a las discusiones teóricas revisadas en este capítulo, a manera de recapitulación puedo destacar que los conceptos revisados como reproductibilidad técnica, industrias creativas, música popular urbana, apropiación tecnológica, microeditora fonográfica e independiente, son conceptos fundamentales para comprender el complejo fenómeno de la producción musical y su relación con las industrias creativas en el sector fonográfico en la realidad contemporánea. Las estrategias centradas en lograr la autonomía (Kaitajärvi-Tiekso, 2017), así como las prácticas de apropiación de tecnologías y reestructuración de las actividades laborales a través de la digitalidad, han planteado nuevas y creativas formas que exigen tanto a los músicos como a las microeditoras abrirse paso a una era con exponencialmente mayores oportunidades de interconexión y de crecimiento a través del

consumo en plataformas *online* y que también en la última década del año 2010 al 2020, se han beneficiado por el incremento de la tendencia en la producción musical a través de dispositivos que estaban casi en el olvido a nivel global como es el caso del vinilo, el cassette y el formato 8-track.

Lado C: Etnografía y abordaje cualitativo: memoria, espacios y herramientas para obtener información.

“cada disco es un problema ...”
(Bolo, Amp Recs, 2019)

El presente capítulo tiene como objetivo exponer las decisiones metodológicas orientadas a registrar, describir y analizar las prácticas de producción de las microeditoras independientes de música popular urbana. Como criterios de selección coloqué particular interés en aquellos que posibilitaran la profundización en los procesos de configuración de productos culturales situados en el contexto del Área Metropolitana de Guadalajara y con una temporalidad entre los años de 2000 al 2020. En correspondencia con la pregunta central de esta investigación, la indagación incorpora como ejes de interés el sentido en torno a la autenticidad de la obra artística, los referentes culturales que se adoptan, de qué manera son apropiadas las tecnologías para la producción y la circulación de la obra artística, y qué modelos económicos emergen para financiar sus *releases*. Asimismo, otro elemento que cobra especial relevancia en esta configuración es la situación local de cada proyecto y la repercusión de su trabajo en los ámbitos local, nacional y global.

Marco Teórico

Vasallo de Lopes (1999) señala que la investigación en el campo de la comunicación pone en práctica modelos en diversos niveles tanto teóricos, epistemológicos, metódicos y técnicos, cada uno con su grado de autonomía, abstracción y rigor. Por su parte, Orozco y González (2012) señalan que la investigación social científica intenta definir algo fundamental que es saber quiénes somos y cómo interactuamos con los otros dentro del mecanismo social. Además, señalan la preocupación reflexiva por la producción de conocimientos objetivos y proponen dos tipos de relaciones: teóricas y metodológicas.

Por una parte, relaciones teóricas, son las que postulan conocer el funcionamiento del mundo para incidir en él y para esto las teorías son de gran ayuda en la comprensión y construcción del conocimiento. Las teorías son esquemas de representación que con sus propias limitaciones sirven para explicar algo en específico y ayudan a entender mejor la

realidad.

Por otra, relaciones metodológicas, son las que postulan las maneras personales e intuitivas utilizadas por el investigador para obtener conocimiento, dicha propuesta se materializa por medio de técnicas y herramientas desde una perspectiva ya sea cualitativa (interesada en registrar percepciones) o cuantitativa (enfocada al reconocimiento y sistematización de datos *duros*).

El enfoque cualitativo en la investigación social parte de un conjunto de procesos y técnicas que se aplican de manera ordenada y sistemática (Flick, 2007a) que son indispensables al momento de elegir una metodología que respalde la pregunta de investigación. La propuesta del enfoque cualitativo consiste generalmente en lograr un acercamiento a sujetos, es decir a sujetos que son nombrados “informantes” o “colaboradores”, quienes mediante información precisa y percepciones personales ofrecen elementos para integrar un panorama más detallado de la situación que se desea investigar. Seale (2004) plantea la construcción de la validez en el enfoque cualitativo al comprobar criterios que demuestran la verdad e interpretación de datos que se obtienen de los informantes, la *confianza* que genera una investigación se entiende por la rigurosidad en su proceso y cuando plantea la construcción social de conocimientos mediante la validez *interna* (teoría) y *externa* (otros casos similares). De esta manera, la coherencia entre teoría y la metodología es una característica indispensable para la producción del conocimiento (Orozco y González, 2012). La objetividad que se pretende encontrar mediante el enfoque cualitativo es resultado del equilibrio balanceado entre los procesos teórico-metodológicos para comprender los diversos fenómenos que suceden en el campo de las ciencias sociales.

Como señalan Orozco y González (2012) es necesario intervenir la realidad y conocer el contexto para elaborar un primer mapa del fenómeno para plantear con qué teorías y herramientas metodológicas se pretende comprender dichos fenómenos. Posteriormente es preciso elaborar una ruta metodológica para producir conocimiento desde una perspectiva creativa y rigurosa. Por lo tanto, una metodología cualitativa es válida si toma en cuenta a los sujetos, sus procesos, escenarios y temporalidades; bajo este orden sistemático se busca indagar en torno a las generalidades, particularidades y las subjetividades, así como la producción y validación de los datos generados por la interpretación de la realidad.

Corona y Kaltmeier (2012) sugieren partir del proceso del sujeto como iniciador del

diálogo puesto que es necesario conocer su discurso, es decir, tratar de conocer ¿qué piensa al respecto del problema propuesto? Para ello, mediante una estrategia narrativa los informantes capturan parte de su entorno, lo organizan y construyen una situación para establecer conocimiento mutuo (Feixa, 2006). Corona y Kaltmeier (2012) entienden por horizontalidad la práctica donde los informantes construyen un fenómeno social mediante el diálogo; por esta razón la aplicación de un diálogo horizontal ofrece la posibilidad de establecer un consenso en la información entre los colaboradores y el investigador.

En esta investigación decidí generar la información a través de un modelo etnográfico que abarca las técnicas de la entrevista semiestructurada, grupo nominal y la observación participante. Así pues, a continuación, expondré para qué fines decidí emplear cada una de estas técnicas.

Una característica interesante de las entrevistas semiestructuradas, “es que es más probable que los sujetos entrevistados expresen sus puntos de vista de una situación” (Flick, 2007b, p.89), es decir que se puede construir conocimiento partiendo de lo general para llegar a lo particular; se trata de obtener por medio de las diferentes respuestas y propias construcciones de los entrevistados la posibilidad de describir su entorno. La entrevista semiestructurada ayuda a situar los diferentes procesos en el que se desarrollan ciertas prácticas en una línea del tiempo, así como a profundizar en qué contexto se realizaron. Para la puesta en práctica de esta técnica, durante diferentes momentos de las entrevistas utilicé algunas imágenes como fotografías, portadas de discos, *flyers* y recortes de prensa con el fin de generar situaciones que propiciaran la exploración en la memoria y por tanto la producción de significados por parte del colaborador. En este sentido, la imagen funciona como un recurso que produce una conexión con el recuerdo y esta a su vez desencadena el inicio de la construcción de un hecho narrativo (Pink, 2001).

Por otra parte, también hice uso de la técnica denominada grupo nominal, la cual es una dinámica grupal propuesta por Delbecq (1968) y Van de Ven (1975) para la gestión eficaz del tiempo en el contexto de una indagación con un grupo de entrevistados, y se utiliza para definir consensos rápidos con relación a cuestiones, problemas, soluciones o proyectos. En este caso de la presente investigación, la implementé al convocar a la reunión de los directivos de las microeditoras para abordar en términos generales el contexto de la

producción musical independiente en el AMG.

La observación es una de las técnicas etnográficas más antiguas en la construcción de conocimiento y sirve como recurso de investigación en tanto permite localizar situaciones mediante la búsqueda de patrones y comportamientos que ayudan a explicar ciertos fenómenos sociales (Spradley, 1980). La observación hace uso de los sentidos sensoriales humanos a través del registro visual para la búsqueda de significados (Gallego, 2002). En el transcurso de generar y registrar la información, es recomendable estructurar el modo de observar y participar puesto que estas decisiones son determinantes para definir con claridad qué aspectos del fenómeno es importante observar y en qué medida y de qué forma se participa como investigador. Por tal motivo, la observación y la participación funcionan para generar datos e información que de otra manera no podría ofrecer el colaborador a través de una narración oral. Taracena (2002) señala que para la investigación social es determinante situar de qué manera se practica el proceso de observación y desde qué punto se observa. La observación para Gallego (2002) es un instrumento que analiza una situación, una norma social en la vida cotidiana, por lo tanto, cuando el investigador participa activamente en la observación de diversas prácticas empieza a formar parte del contexto del colaborador. En este sentido, la forma de narrar el fenómeno tanto por el investigador y el colaborador puede ser “negociada” (Spradley, 1980).

Para la ejecución de las técnicas de entrevista semi estructurada, grupo nominal y observación participante me apoyé del uso del registro audiovisual en la investigación social (Reguillo, 1991), que se caracteriza por generar la información a partir de la interacción con el colaborador a través de un dispositivo de registro electrónico que da pauta a captar algunas prácticas del fenómeno desde una mirada más amplia, es decir que la presencia de instrumentos de registro visual y sonoro, me permitió focalizar a detalle situaciones, tonos de voz, movimientos corporales y capturar tanto los espacios que los colaboradores eligieron para las entrevistas como sus estudios de trabajo. Por lo tanto, consideré valioso contar con los elementos de apoyo audiovisual, en tanto me permitieron comprender la intención (Becker, 2008) de las narraciones de los colaboradores y que por otra parte me ayudaron a complementar con mayor precisión lo que podría ser capturado por la memoria humana o por un agitado registro escrito en las notas de campo.

Universo y muestra

En esta investigación el universo amplio está integrado por los sellos discográficos representados por las compañías transnacionales conocidas como “major”, mientras que el universo particular son los sellos discográficos independientes y la muestra las micro-editoras del AMG, en el periodo comprendido entre el año 2000 y el 2020. El corpus de la muestra resultó de seleccionar a conveniencia y realizar una saturación sobre sellos discográficos independientes para situar el fenómeno, articular las diferencias y dejar a un lado las regularidades, es decir las reiteraciones de géneros musicales y uso de tecnologías.

El primer acercamiento a los objetos empíricos de la investigación fue mediante dos criterios: por un lado de índole geográfico y por otro estético, en particular relacionada con la forma de expresión conocida como música popular urbana. Realicé diversas búsquedas en archivos y acervos tanto en Internet como en tiendas físicas y *online*, sobre sellos discográficos independientes de géneros alternativos en el Área Metropolitana de Guadalajara lo cual arrojó quince proyectos: *9 Corners, Fugazi, Nopal Beat Records, Abolipop, Techkilla, Tokin Records, Poni Republic, Antena Discos, Amp Records, Happy Garlic, Suplex, Barrilete Cósmico, Sleepy Panda, Poat Records e Ismo Records*.

De los sellos discográficos independientes antes mencionados, muchos pertenecen a escenas musicales especializadas con un posicionamiento estético y audiencia que no está determinada exclusivamente a una zona geográfica. Así, surgió un tercer criterio de segmentación que tiene relación con *subgéneros musicales diferentes (electrónica, experimental, noise, rock, drum and bass, indie, etc)* y que ayudan a comprender otras estéticas globales, pero con una mirada local. En este sentido, la decisión fue hacer un recorte a proyectos con influencias musicales similares, quedando en la muestra, los siguientes sellos: *Nopal Beat Records, Abolipop, Techkilla, Amp Records, Happy Garlic, Suplex, Barrilete Cósmico, Sleepy Panda, Poat Records e Ismo Records*.

El cuarto criterio en la decisión de conformar la muestra fue mediante una segmentación de *orden temporal* donde se ubican proyectos por su trayectoria y por *el uso de tecnologías* para producción y la circulación de la obra. Por lo tanto, consideré pertinente buscar la colaboración de: *Nopal Beat Records/Antena al producir tanto formato Vinyl como CD, Abolipop/Suplex al trabajar con formato Vinyl, CD y Mp3, Techkilla con formato CD y Mp3, Happy Garlic con formatos CD, Tape y Mp3, Amp Records/Infra Ediciones con*

formato Mp3, cassette y CD, *Poat Records* con formato cassette y mp3.

Perfiles de las microeditoras fonográficas

A continuación, presento un breve resumen histórico para situar a cada uno de los proyectos elegidos en la muestra. Estas reseñas incluyen tanto la ubicación física de sus oficinas y estudios en el AMG, como la relación cronológica del proyecto, la cantidad de títulos de fonogramas editados, los géneros musicales y los artistas representativos, así como los formatos en los que han editado la música ya sea mp3, cd, cd-r, tape, vinilo y cassette.

Nopal Beat (1999-2009)



Nopal Beat inició sus labores de microeditora en 1999. En el año 2000, presentan el primer lanzamiento titulado “Acid Cabaret” con la distribución de la empresa mexicana *Opción Sónica*, también se editaron dos vinilos titulados Ante-Drum, parte 1 y parte 2 en colaboración con *Cyber* de Francia. En el año 2001, se firmó un contrato por 12 *releases* en CD con la empresa transnacional EMI, de los cuáles hay una compilación “Acid Cabaret 2”, 3 CD con mezclas en formato *dj-set* con *tracks* del catálogo de artistas y 7 Lps. En el año 2005 de manera independiente se publican dos vinilos. Los subgéneros musicales que destacan son el house, downtempo, drum and bass, techno, música cabaret, danzón, chachachá, mambo y electrónica experimental dando como resultado una nueva hibridación denominada “Acid Cabaret”⁶⁸. Los artistas representativos son Double Helix, God Is My Name, Galapago, Sussie 4, Sweet Electra, Dj Chass, Dj Jorge HM, Club Nova, Fat Naked, Tovar, Shock Bukara y Kumbia Korrupters. Finalmente, en el año 2009 deciden concluir las actividades de Nopal Beat, debido a diferencias estéticas y laborales entre algunos integrantes.

⁶⁸ En el año 2008 se funda *Antena Records*, un subsello que da salida al material que no era considerado “Acid Cabaret”. Los subgéneros musicales que se encuentran son Minimal Techno, Tech-House, Minimal House, Hard Techno, Techno. Se publicaron de manera digital 7 sencillos y 1 compilado. Entre los artistas que destacan son Paravoice, Fucka5, Funky Dragon, D-bug, Betacaroteno, Merodio, Jorge HM.

Ubicación de oficinas: “Beatlab” Arcos Vallarta. Guadalajara

Formatos de Edición: Vinilo y CD

Releases: 22	CD - 13	Singles CD - 3	Singles 12” - 2	LP 12” - 4
--------------	---------	----------------	-----------------	------------

Techkilla (2002)



Techkilla inició sus labores de microeditora en el año 2002. Han publicado 82 lanzamientos de los cuales 71 son digitales en mp3 y 11 CD-R. Se encuentran siete Ep´s a la venta, 32 Ep´s de libre descarga, tres compilados y 40 mixtapes. Los subgéneros musicales representativos son IDM (*intelligent dance music*), salsa, dubstep, drum and bass, breakbeat, trap, future bass, downtempo y chillout. Los artistas representativos son Dfender, Rainforest, Rifhes, Willow, Konstruktor y Cubicle. El proyecto hasta diciembre del 2020 sigue vigente.

Ubicación de oficinas: Las Fuentes, Zapopan y Centro, Guadalajara.

Formatos de edición: Mp3 y CD-R

Releases: 82	CD-R - 11	Mp3 - 71
--------------	-----------	----------

Abolipop (2002)



Abolipop Records⁶⁹ inició sus labores de microeditora en el año 2002. Han publicado 14 lanzamientos en formato CD de los cuales cuatro son compilaciones y 9 LP´s. Contaron con la distribución nacional e internacional mediante *Noise Kontrol*, *Darla Records* y *Bons Records*. En el año 2017, presentaron la última publicación en formato vinilo. Los subgéneros musicales representativos son IDM, future pop, abstract hop, ambient, noise, indietronic,

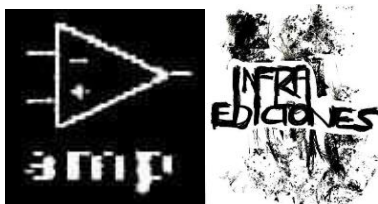
⁶⁹ En el año 2009 se funda Suplex, un subsello que da salida al material de manera digital y en formato físico. Hasta diciembre del 2019 cuentan con 75 producciones.

digital dub, microhouse, electro pop. Los artistas representativos son: Lumen Lab, Aeropuerto, Israel Martínez, Transistor, Signal Deluxe, Jacks Son, Nebula 3 y Mondragón. El proyecto hasta diciembre del 2020 sigue vigente.

Ubicación de oficinas: Zapopan
 Formatos de edición: CD y Vinilo

Releases: 14	CD - 13	Vinilo - 1
--------------	---------	------------

Amp Recs (2005-2020)



Amp Recs⁷⁰ inició sus labores de microeditora en el año 2005. Han publicado 147 lanzamientos en formato digital. Los subgéneros musicales representativos son IDM, drone, ambient, noise, indietronic, dark ambient, electrónica experimental, improvisación. Los artistas representativos son: Piscis, Arturo Ortega, Pesina Siller, Oscillo, Pulse Emitter, Fiorella 16, HernaniV, Lezrod, Evoluon, Abril, Cul Tren, Tropiezos, Las cuatro, Chubby, Pangea y Julián Bonequi. El proyecto sigue vigente hasta diciembre del 2020.

Ubicación de oficinas: Santa Tere, Guadalajara
 Formatos de edición: Mp3

Releases : 147	Mp3 - 147
----------------	-----------

Happy Garlic (2008-2010)



Happy Garlic inició sus labores de microeditora en el año 2006 y concluyó sus actividades

⁷⁰ En el año 2013 se fundó Infra Ediciones, un subsello que da salida a nuevo material fonográfico en formato cassette y CD-R. Hasta diciembre del 2020 cuentan con 18 producciones.

en el año 2010. Han publicado 11 lanzamientos en formato físico CD, CD-R y cassette, de los cuales destaca una compilación y 10 LP's. Los subgéneros musicales representativos son IDM, folk rock, synth-pop, post rock, ambient, math rock, shoegaze, indietronic, electrónica, experimental, electro pop. Los artistas representativos son: Suave As Hell, Robota, Silverstone. Marlento, Antoine Reverb, Soho Riots, The Polar Dream, Alejandro Morse, Hey Chica, DaHn, Volumina, Copy Violators, Dragon, L Butcherettes, Underpops, Sappho, Nebula3 y Bosque Discoteca.

Ubicación de oficinas: Americana, Guadalajara

Formatos de edición: Cassette, CD y CD-R

Releases : 11	CD-R - 6	CD - 4	Cassette - 1
---------------	----------	--------	--------------

Poat Records (2012)



Poat Records inició sus labores de microeditora en el año 2012. Han publicado 82 lanzamientos de los cuáles son 67 digitales en *mp3*, 12 en cassette y 3 en CD. Entre el catálogo digital se encuentran 11 Compilaciones, 40 EP's, 8 LP's y 8 Splits. Los subgéneros musicales representativos son: global bass, dembow, mombathon, dubstep, carioca funk, footwork, juke, IDM, ambient y baltimore club. Los artistas más representativos son - Alpha+, Eams, Fonobisa, Colateral Soundtrack, Fran G, Tropical Punch, Bandido, DNLSNCHZDLGD, Eric Uh, Regal86, DJs Winning Eleven, Spacetrilla, Qolder / The Empty Space, Conejx, Don Esquivel, James Blanco, El Camino, Stoned Burak, Kellie, Pum4, Cacao y M. Printzen. A la fecha el proyecto sigue vigente hasta diciembre del 2020.

Ubicación de oficinas: Santa Tere y Sector Libertad, Guadalajara.

Formatos de edición: Mp3, Cassette y CD-R

Releases : 82	MP3 - 67	Cassette - 12	CD-R - 3
---------------	----------	---------------	----------

A continuación, presento la relación de las microeditoras y subsellos en cuanto a los años de

actividad, subgéneros musicales, formatos de reproducción y total de lanzamientos.

Microeditoras	Años	Géneros	Formato	Releases
NOPAL BEAT (1)	1999 - 2009	<i>electrónica, downtempo, acid cabaret, latin house</i>	CD – 16 Vinyl – 6	22
TECHKILLA	2002 - 2020	<i>drum & bass, trap, future bass, broken beats, dubstep, chillout, liquid funk</i>	Mp3 – 71 CD-R – 11	82
ABOLIPOP (2)	2002 - 2020	<i>idm, future pop, ambient, noise, indietronic, microhouse, dub digital y electro pop</i>	CD – 13 Vinyl – 1	14
AMP RECS (3)	2005 - 2020	<i>idm, drone, ambient, noise, electroacústica, dark ambient, electrónica, ruidismo, experimental, circuit bending, improvisación</i>	Mp3 – 147	147
HAPPY GARLIC	2008 - 2010	<i>folk rock, synth-pop, post rock, ambient, math rock, shoegaze, indietronic, idm, electrónica, indie pop y experimental</i>	CD – 4 Cassette – 1 CD-R – 6	11
POAT RECORDS	2012 – 2020	<i>global bass, dubstep, carioca funk, idm, guacalosa, footwork, juke, uk garage, baltimore club, ambient, dembow y mombathon</i>	Mp3 – 67 Cassette – 12 CD-R – 3	82

TABLA 1: Tabla de la producción musical por microeditoras, años, formatos, subgéneros musicales y total de lanzamientos actualizada hasta 2020. Elaboración propia.

Subsellos	Años	Géneros	Formato	Releases
ANTENA (1)	2008 - 2009	<i>minimal techno, tech-house, minimal house, hard techno, techno.</i>	Mp3 – 7 CD – 1	8
SUPLEX (2)	2009 - 2020	<i>electrónica, idm, punk, noise, improvisación, paisaje sonoro</i>	Mp3 – 74 CD - 1	75
INFRA (3)	2013 – 2020	<i>noise, drone, improvisación, electrónica, ambient</i>	CD-R – 3 Cassette – 15	18

TABLA 2: Tabla de la producción musical por sellos, años, formatos, subgéneros musicales y total de lanzamientos actualizada hasta 2020. Elaboración propia.

La diversidad de géneros musicales que se pueden reconocer en la producción musical de las microeditoras y sellos del AMG, son los siguientes: rock, electrónica, experimental, breakbeats, salsa, bossa nova, mariachi y regional.

Géneros musicales en el AMG

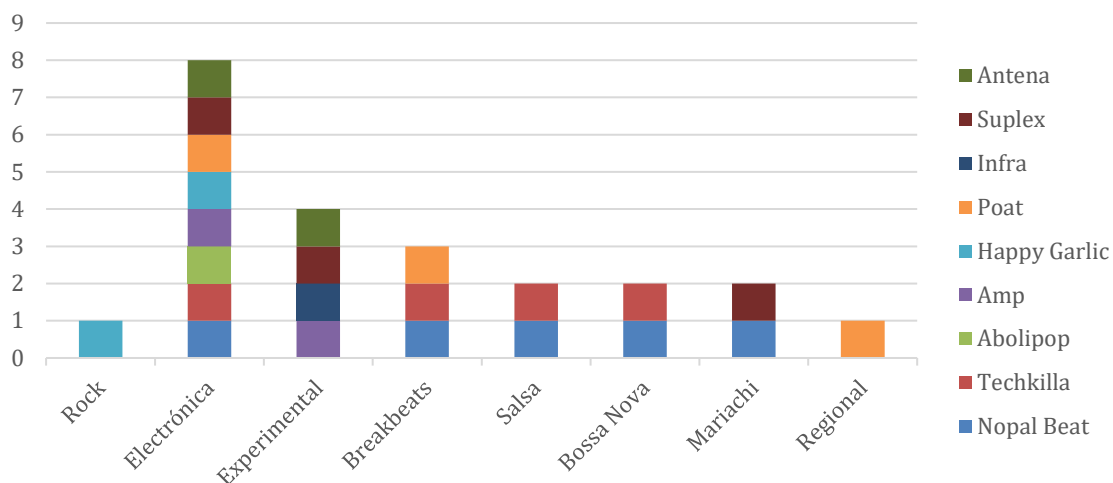


GRÁFICO 1: Géneros musicales, actualizada hasta 2020. Elaboración propia.

Los productores musicales y artistas de las microeditoras y subsellos, han desarrollado tanto hibridaciones musicales (González, 2013), como composiciones que se apegan a patrones estéticos de ciertos subgéneros musicales (Márquez, 2012). Las siguientes cuatro gráficas representan la amplia gama de subgéneros musicales que se han producido en veinte años.

Subgéneros musicales: rock

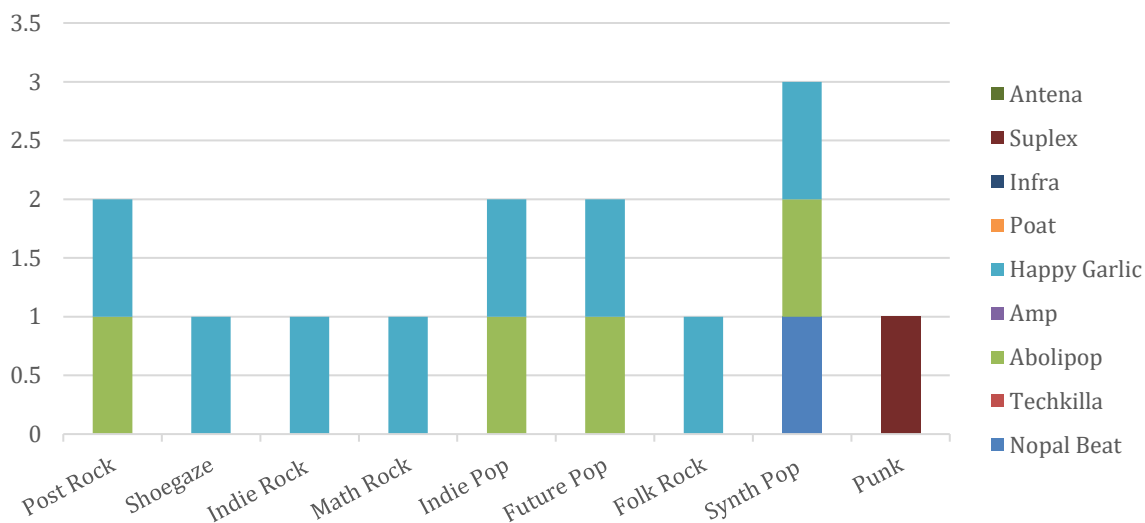


GRÁFICO 2: Subgéneros musicales de Rock. Actualizada hasta 2020. Elaboración propia.

Subgéneros musicales: electrónica

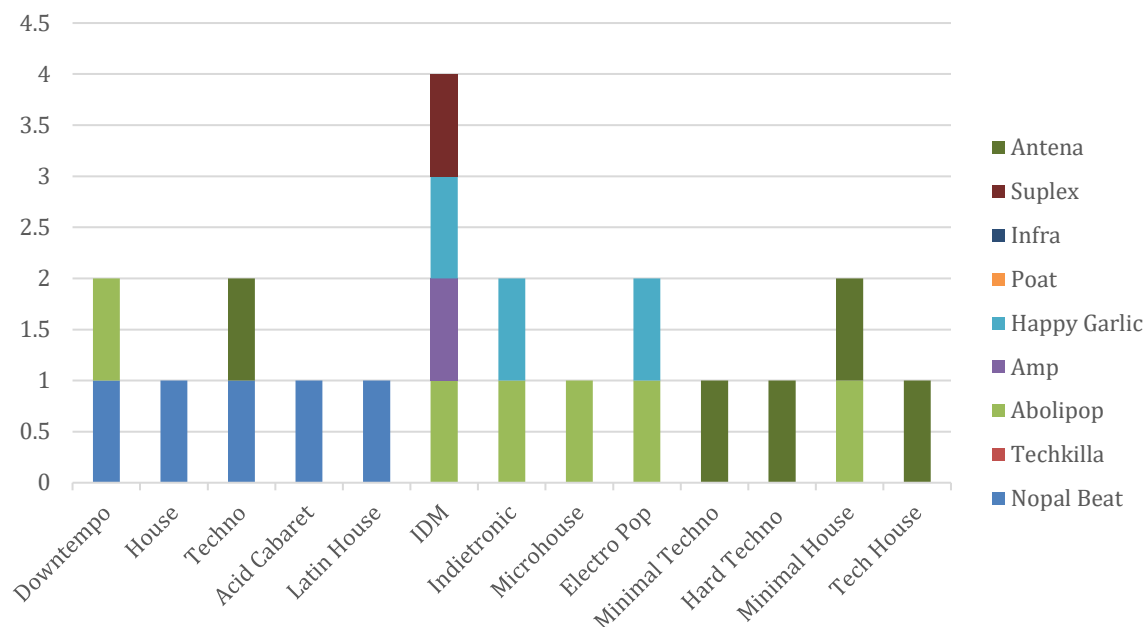


GRÁFICO 3: Subgéneros musicales de Electrónica. Actualizada hasta 2020. Elaboración propia.

Subgéneros musicales: experimental

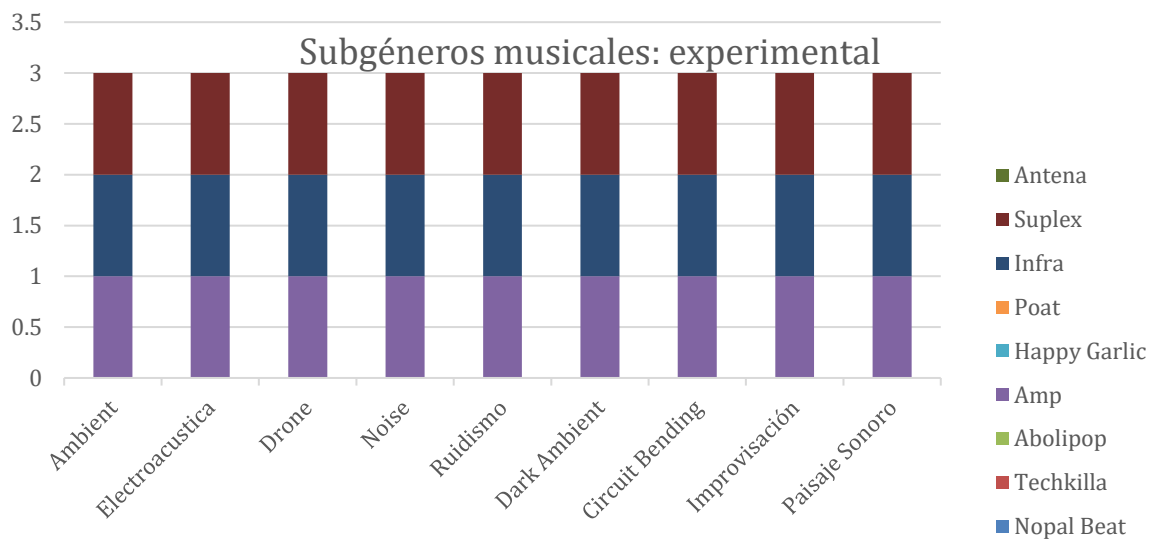


GRÁFICO 4: Subgéneros musicales de Experimental. Actualizada hasta 2020. Elaboración propia.

Subgéneros musicales: breakbeats

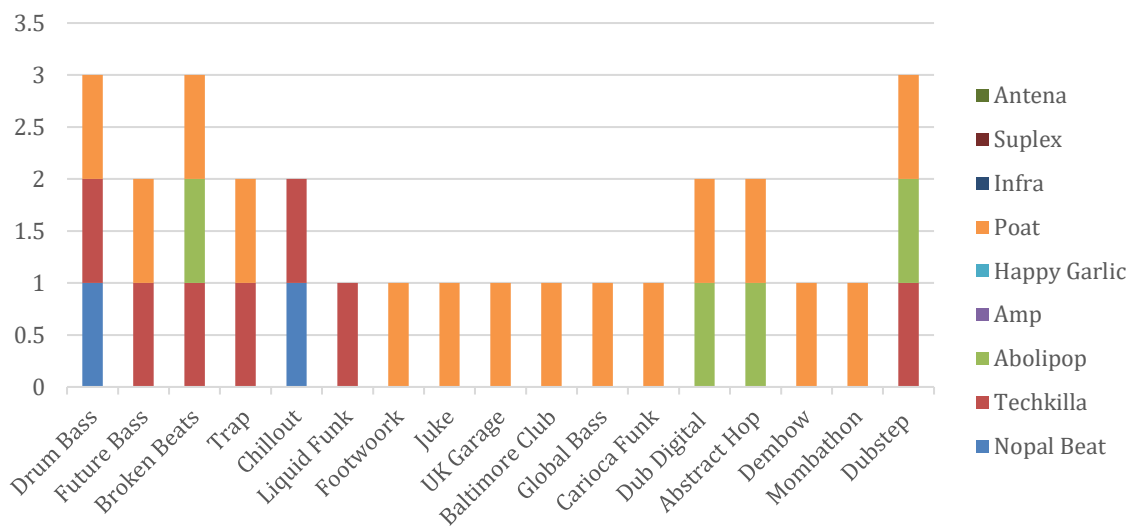


GRÁFICO 5: Subgéneros musicales de Breakbeats. Actualizada hasta 2020. Elaboración propia.

En cuanto a la producción fonográfica, se puede apreciar mediante los dos siguientes gráficos, que los formatos físicos de reproducción utilizados son: vinilo, cassette, CD-R y CD; en tanto el formato digital *mp3*, es el formato con más presencia en las microeditoras. Se registró un total de 459 lanzamientos y 5 formatos de reproducción.

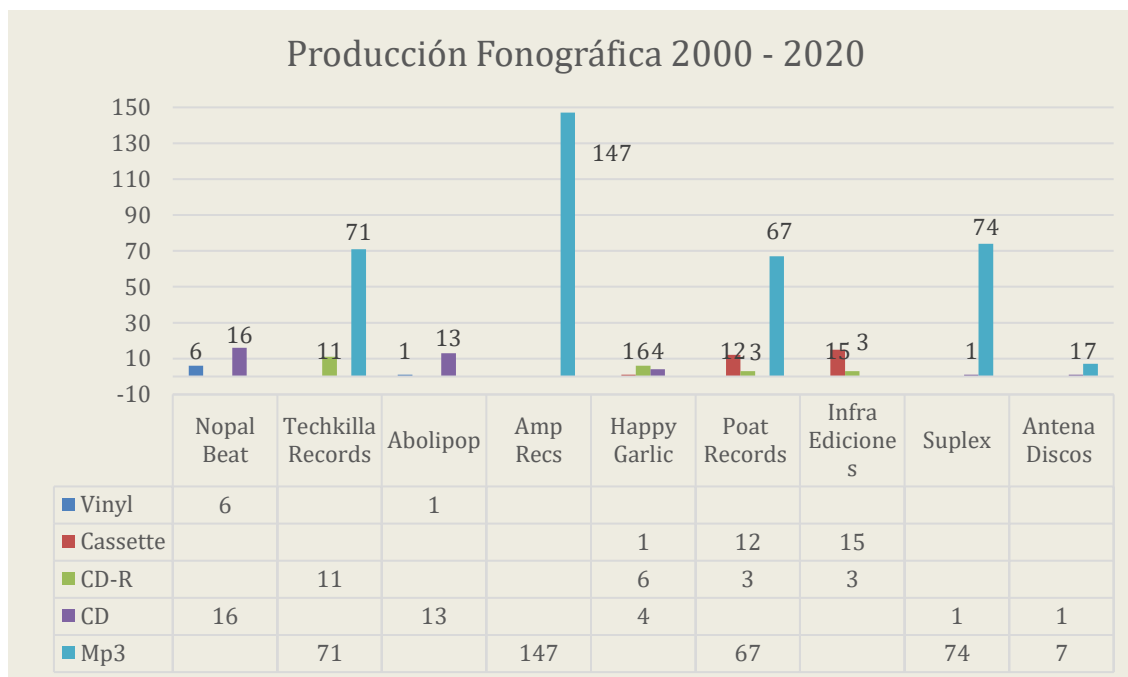


GRÁFICO 6: Producción fonográfica por formatos de reproducción actualizada hasta 2020. Elaboración propia.

Total de lanzamientos por formato de reproducción:

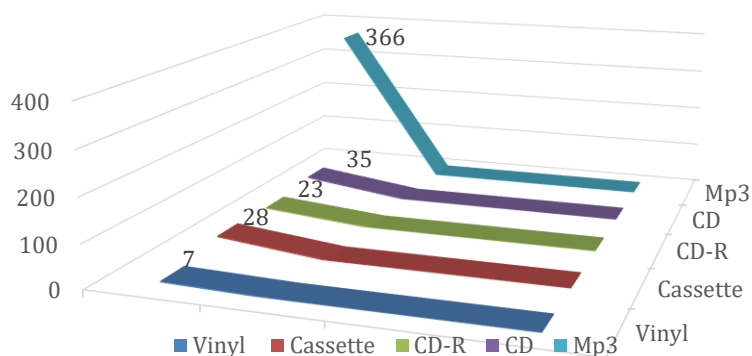


GRÁFICO 7: Total de la producción fonográfica en los diferentes formatos de reproducción. Actualizada hasta 2020. Elaboración propia.

A continuación, se aprecia la participación de las microeditoras y sub sellos del 2000 al 2020.

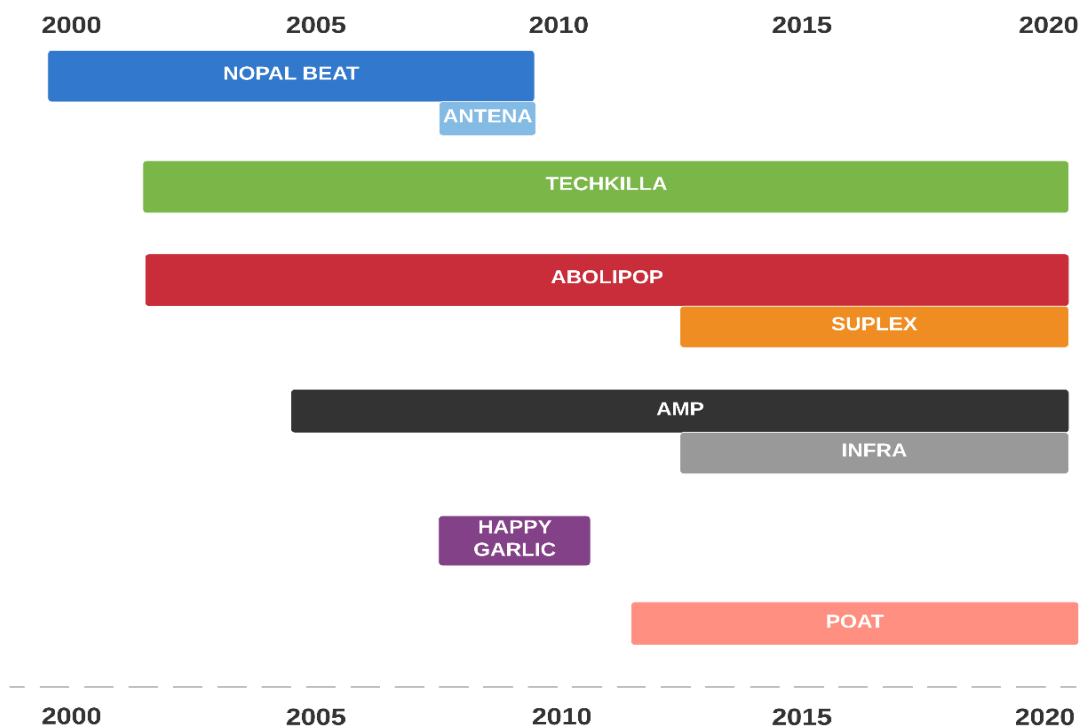


GRÁFICO 8: Actividad de las microeditoras y sub sellos a través de la línea de tiempo del 2000 al 2020. Actualizada hasta 2020. Elaboración propia.

Recapitulación sobre la exposición de gráficos

La exposición de tablas informativas y gráficos de las microeditoras y sub sellos, ha permitido visualizar la producción en términos cuantitativos, en este sentido es posible apreciar la diversidad musical que se encuentran en el AMG; dando un resultado de cuarenta y siete subgéneros en veinte años de producción musical.

La producción musical editada en el formato vinilo se encuentra en mayor medida durante la década del año 2000 al 2010. En el caso del CD y CD-R, se puede considerar una tecnología muy popular que ayudo a la transición entre lo análogo y digital, al profesionalizar la producción musical tanto de músicos y microeditoras durante las dos décadas. En el caso del cassette se puede catalogar como un formato de reproducción que regreso y ha estado más vigente entre los años 2015 y 2020.

Finalmente, se aprecia como dato singular que el uso del *mp3*, se ha mantenido con bastante actividad durante las dos décadas tomando como referencia los años 2005 al 2020. Es notorio, que el uso del *mp3*, es mayor ante la producción de formatos físicos más elaborados. Así pues, los indicadores antes expuestos dan muestra de una generación artística que trabajó con diferentes influencias musicales, procesos creativos de diseño gráfico, uso de herramientas tecnológicas y formatos de reproducción, todo esto a través de la configuración y producción musical de 459 lanzamientos.

Proceso de la presente investigación

Los primeros pasos para configurar la muestra de la investigación se concretaron a través del seguimiento de información y de las actividades que se publicaban en las cuentas personales de algunos artistas y de las redes sociales de algunas microeditoras. Por mi experiencia laboral como productor y promotor, desde antes de iniciar la investigación, contaba con el contacto con algunos artistas que pertenecen a algunas de las microeditoras de Guadalajara antes mencionadas; sin embargo, profundizar en “quiénes” son las personas detrás de dichos proyectos no fue una tarea sencilla debido a las agendas personales, a su labor de producir eventos e inclusive porque muchos ya no están dentro del circuito de la producción fonográfica.

El trabajo exploratorio fue iniciado entre septiembre y octubre del 2018, al efectuar constantes visitas a tiendas discográficas en el AMG, en las cuales realicé una revisión de los

estantes disponibles para ubicar cuáles de estas producciones eran de sellos del AMG. Así, pude darme cuenta de que estos lugares ofrecen una oferta limitada y escasa participación de sellos discográficos independientes, sellos discográficos nacionales y locales. Las tiendas físicas representan un ejemplo vivo sobre la preservación, intercambio, compra y venta de productos musicales. Los espacios que visité para realizar estas observaciones sobre consumo musical fueron: *Tea Recs*, *La Perla Records*, *Submarillo Amarillo*, *Aguilar Discos*, *Roxy and Roll* y entre los comerciantes del *Tianguis Cultural* sabatino.

El 24 de octubre del 2018 realicé un primer ejercicio exploratorio consistente en una entrevista semi estructurada al director del sello discográfico Happy Garlic, Javier Audirac. La propuesta fue producir preguntas abiertas que nos brindaran respuestas sobre varios temas, tales como el panorama de la escena musical, su experiencia como director y colaborador de sellos discográficos y su visión sobre el crecimiento de la música independiente en los últimos años en la AMG.

El guion diseñado para dicha entrevista fue el siguiente:

- 1) ¿Cómo describirías la escena musical en Guadalajara?
- 2) ¿Cómo ha sido la escena musical en los últimos cinco años?
- 3) ¿Qué relación tienes con la música?
- 4) ¿Cómo difunden la música actualmente?
- 5) ¿Qué innovación encuentras en los sellos discográficos actuales?

La entrevista semiestructurada y este tipo de preguntas abiertas me permitió identificar elementos generales y factores que intervienen en la industria musical independiente local, además de que tuve la oportunidad de plantear el proyecto de investigación sobre producciones discográficas locales a un director de un sello discográfico. En su comentario a dicha presentación del proyecto, el entrevistado expuso:

“Será de gran utilidad una investigación así para poder localizar, comprender y situar qué ha pasado con la música en Guadalajara puesto que hay un hueco enorme desde los noventas”
(Entrevista - Director de Happy Garlic *Records*, 2018)

En clave de incursión en el campo y poniendo en práctica la técnica de la observación

participante, el 3 de noviembre de 2018, asistí al primer *Festival Record Store*, realizado en el Salón del Músico de Guadalajara, donde me percaté de una participación considerable de vendedores y asistentes durante el tiempo que estuve charlando con algunos vendedores sobre música de Guadalajara. Esto me permitió reconocer que sí existen comunidades activas en busca de discos de diferentes géneros musicales, en este caso dominaba el interés por el llamado *rock en tu idioma*, por el pop en inglés y en español, la música clásica, folklórica, la búsqueda de rarezas y muchos discos originales de rock clásico, cotizados a precios exagerados debido a su conservación, escasez o porque se trataba de alguna edición especial. El 5 de marzo del 2019 realicé otro trabajo exploratorio de campo con uno de los directores de la muestra de sellos discográficos en el AMG. En dicha ocasión, opté por seguir experimentando con la entrevista semiestructurada y con preguntas abiertas, el objetivo de la actividad me permitió identificar procesos y prácticas de la microeditora Techkilla Records, así como afinar detalles de las preguntas; pude percatarme de cada uno de los procesos que exige desarrollar una entrevista. Para esa ocasión, tuve mucho cuidado con la manera de dirigirme al entrevistado, en particular procurando que se sintiera cómodo para que abordara cada una de las preguntas sin límite de tiempo. El registro fue mediante una grabación en formato de audio digital; además, a las preguntas presentadas en el primer guion, agregué una sexta pregunta, relativa a los *softwares* que se están usando; en referencia al uso de tecnologías para la composición y producción de música electrónica.

Luego de realizar los ejercicios de implementación de la técnica de entrevista semiestructurada, considero que, como recurso para generar información, me dio la seguridad para comparar lo que se ha planteado por diversos autores en la revisión de literatura, con lo que contesta cara a cara en una entrevista un actor social que tiene información y que vive día a día las prácticas de la producción fonográfica. Me parece pertinente señalar que luego de probar la técnica, quedé satisfecho con la entrevista semi estructurada como técnica fundamental para la presente investigación, y de cómo logré registrar la información para posteriormente procesarla. A pesar de ser un modelo en el que se invierte mucho tiempo en su puesta en marcha (contactar al informante, realizar la entrevista, la transcripción y la codificación de categorías), los resultados que ofrecen son dinámicos, puesto que los informantes mantienen el control sobre los modos de explicar ciertos fenómenos que nos

interesa investigar. Otros puntos importantes relacionados con la entrevista tienen que ver con prever el tiempo adecuado de la entrevista, así como organizar un calendario para estructurar las transcripciones y la codificación.

A partir de acercamientos previos, el objetivo se centró en identificar información que surgió al interior de las microeditoras a partir de sus prácticas. Las prácticas que he identificado y conforman estos procesos son: la grabación, diseño gráfico, producción en dispositivos, circulación y distribución de la obra.

En Campo

Puedo decir que entablar un primer contacto, seguir conversaciones en redes sociales y buscar a los colaboradores a la par de establecer una guía de producción, cronograma y puesta en marcha, es una actividad que requiere responsabilidad y organización. Dicho reto fue tomando relevancia dentro del proceso metodológico y de la planificación de las actividades del trabajo de campo, ya que tanto los colaboradores, las condiciones de los entornos de trabajo y el tiempo destinado a cada entrevista, fueron diferentes y clave para dar un panorama sobre sus propuestas.

En mis notas de campo reseño algunos sentimientos, emociones y reflexiones manifestadas por los colaboradores respecto a su proceso autobiográfico, musical y laboral. De igual forma, en dichas notas doy cuenta de mi propio proceso de acercamiento con los colaboradores y su reacción positiva al exponerles el proyecto de investigación. En este sentido, la actitud de calma durante algunas semanas previas fue fundamental para estar en contacto con los colaboradores y mantener la actitud positiva a sus posibles confirmaciones. La siguiente cita, extraída de mis notas de campo ejemplifica el inicio del proceso:

“inicié el proceso del guion final de las preguntas para los colaboradores y entablé los primeros contactos con los directores a través de *gatekeepers*, quienes también son músicos en el caso de Pesina Siller. Han sido días de espera, de que me dejen los mensajes en las redes sociales en visto. No sé hasta dónde les importa tanto narrar sus prácticas o colaborar con la investigación. Sin embargo, voy a dejar que fluya un poco más de tiempo. Por lo pronto, ya pude contactar a los integrantes de Abolipop, Happy Garlic y Techkilla Records” (11 - septiembre - 2019, notas de campo)

El ejercicio de contactar a algunos de los colaboradores, fue una de las actividades que implicó mayor riesgo y que realicé con mucha precaución; por una parte, luego de un primer contacto, los días transcurrían sin recibir respuesta de algunos informantes y también debido a las diversas cancelaciones tanto del director de Amp Recs y Poat Records. Fue ahí cuando medite que la estrategia que tenía de comunicación con los colaboradores no era la más eficiente. En ese momento, el viernes 12 de septiembre del 2019, casi a las diez de la noche y sin tener muchas claridades, decidí acudir a uno de los eventos que estaban publicados en la *fanpage* de *Poat Records*. La siguiente cita recupera e ilustra dicho momento de la investigación:

“Acudí a un evento en Casa Liceo, para contactar al director de *Poat*. El lugar estaba ubicado muy cerca del Parque Juárez, es una vieja casona de techos altos y con algunas columnas que sostienen unos arcos que le dan un aspecto colonial a la fachada”. Entré por el pasillo, y se escuchaban unos *beats* muy acelerados que me gustaban, al momento reconocí que era una pieza de *UK Garage*, al llegar a la pista de baile todo estaba vacío, no había nadie, solo una tarima y al fondo una cortina rojiza, el dj estaba disfrutando con mucho frenesí de su selección musical. Seguí caminando entre luces de colores y no encontraba al director ni a nadie más, me acerqué a la barra y estaba un grupo de meseros platicando con el barman, enseguida alcé la mirada hacía unas columnas que llegaban a un segundo piso, quería subir, pero algo me detuvo. Me fui de nuevo a la pista de baile y ahí estuve sólo por unos minutos enfrente del dj y empecé a escuchar su discurso musical. Unos tres o cuatro minutos más tarde, salieron de aquella cortina rojiza dos chavos, a uno si lo conocía era Fonobisa, un reconocido productor de música electrónica de Guadalajara y al lado de él venía Manuel; saludé a Fonobisa y me presenté, enseguida no dudé en empezar a contarles del proyecto, me comentó que nos viéramos mañana (sábado), sin embargo, hoy mismo me canceló por unos pendientes personales” (13 - septiembre - 2019, Notas de Campo)

La agenda personal de los colaboradores moldeó la manera en que yo me acerqué a ellos, incluso sucedieron eventos curiosos como aquel encuentro en la puerta de entrada de los condominios donde vivo en Pinar de la Calma, Zapopan:

“venía regresando del Oxxo, y al abrir la puerta de los condominios donde vivo venía saliendo Richard, quien es el director de Techkilla Records, para mí esa imagen y situación era muy irreal, y me comentó: ¡Qué onda vato!, ¿aquí vives o qué rollo? Estuvimos conversando por

un breve tiempo en la calle, resultó que él vivía en los condominios enfrente al mío y que ya llevábamos un año sin habernos visto desde aquella entrevista en Starbucks, para el trabajo exploratorio. Un par de ocasiones pudimos conversar y me visitó al departamento donde escuchamos música y platicamos de manera informal de la escena local y de la investigación, también pude conocer a su esposa e hija” (otoño 2019 - Notas de Campo)

Para contactar al colaborador Bolo de Amp Recs, asistí a un evento el día 15 de septiembre de 2019, la ubicación era en el barrio de Santa Tere:

“ya eran alrededor de las diez de la noche, llegué a una bodega oscura donde había dos chicos en la entrada quienes también eran los que cobraban el cover, después también los observé que se turnaban para vender la cerveza. Después de pagar caminé por un pasillo oscuro hasta llegar al espacio principal, los techos eran altos, todo rodeado de instrumentos y herramientas de metal viejo. En el fondo estaban tres mesas acomodadas con aparatos electrónicos, micrófonos, juguetes, computadoras, bocinas y cajas de ritmo. Al breve tiempo, la música se fue apagando y más gente iba entrando al lugar, ya eran casi las diez y media de la noche cuando inició el concierto con el acto del artista sonoro Sinclair. Después de su improvisación de casi veinticinco minutos de ruidismo, me acerqué a la puerta a buscar a Arturo (Bolo), ahí pude verlo y presentarme con él, enseguida me dijo que nos viéramos pronto” (14 de septiembre 2019 - Notas de Campo)

La experiencia del trabajo de campo desde los procedimientos de contactar a los colaboradores, así como coordinar los espacios y los requerimientos técnicos para la documentación sonora y visual, fue un proceso interesante en tanto que me permitió seguir a las microeditoras en las redes sociales, así como acudir a algunos eventos para comprender cómo se efectúan dichas prácticas y para que tuviera la confianza de los colaboradores al mostrar mi interés sobre sus actividades y prácticas.

Entrevista semiestructurada

Las actividades a priorizar fueron coordinar de manera concreta los encuentros con los colaboradores en tanto “sujetos situados” con sus características propias, diferentes de los demás colaboradores, es decir, con su propio contexto profesional y sociocultural.

A través de este procedimiento, obtuve información respecto al uso de tecnologías,

prácticas de financiamiento, decisiones estéticas, trayectorias, espacios laborales, géneros musicales, contexto, etc. Durante el mes de octubre de 2019 entrevisté a seis directores de microeditoras en el AMG que pertenecen a diferentes escenas y géneros musicales. Las entrevistas no tienen la misma duración, cada colaborador de alguna manera delimitó el tiempo de esta actividad, también ellos decidieron hacerlas en sus entornos de trabajo, otros más en el *Bar Vietnam* y en el *Parque Metropolitano*.

Así, durante cuatro sábados entrevisté a una o dos personas por día, lo que sucesivamente me permitió ir ajustando detalles relevantes para las siguientes entrevistas, en particular en relación a las maneras de preguntar y las formas de obtener la información en con base en las cuestiones técnicas que se suscitaban semana a semana. A continuación, expongo un cuadro que ilustra el proceso temporal de los encuentros con los colaboradores, la duración de las entrevistas.

Proyecto	1º Encuentro	2º Encuentro	Duración Total
Abolipop	Marzo 2019	12 / 10 / 2019	2:55min
Happy Garlic	Octubre 2018	19 / 10 / 2019	1:27min
Nopal Beat	25 / 09 / 2019	19 / 10 / 2019	2:48min
Amp Recs	15 / 09 / 2019	26 / 10 / 2019	1:58min
Poat Records	13 / 09 / 2019	05 / 10 / 2019	1:35min
Techkilla	Marzo 2019	X	55min

TABLA 3: Calendario de encuentros con las microeditoras y duración total de las entrevistas.
Elaboración propia.

La batería de preguntas, se realizaron en dos niveles: el biográfico y el de productor discográfico⁷¹. Además de las preguntas realicé ejercicios complementarios con el colaborador tales como visualizar en *flashback* y *flashforward*, logros, metas, reconocimiento social, alcance cultural, alcance mediático, alcance musical, de distribución y alguna anécdota referencial a su trayectoria.

Cabe señalar que el conjunto de entrevistas realizadas, configura una muestra diversa en cuanto a biografías y actividades laborales, lo que da pie a recapitular y reflexionar entre

⁷¹ Anexo. p.183

otros sobre varios aspectos: que no todos los directores son músicos; entre ellos, hay gestores culturales, promotores musicales, periodistas, diseñadores gráficos, ingenieros programadores y comunicadores. Es interesante destacar cómo todos ellos se refieren a las maneras de hacer las cosas mediante una idea de “lo independiente” y de la satisfacción tanto personal como colectiva.

Considero que las actividades realizadas a partir del formato de la entrevista semi estructurada permitieron a cada colaborador responder y profundizar de diferentes maneras a las preguntas que se fueron planteando. En este sentido, los registros aportan evidencias de que todos ofrecieron maneras singulares de explicar sus procesos, por lo que cuidé no restringir un tiempo determinado para la respuesta de cada pregunta. Así, este ejercicio dio paso a realizar preguntas mini tour (Spradley, 1980) acerca de un hecho particular, en este caso lo perfilé a los ejes de la investigación que tenían relación con las guías de preguntas de la entrevista. En general los directivos de las microeditoras se portaron muy amables e interesados en poder visibilizar el resultado de este proceso de investigación como un producto audiovisual posterior. Por lo cual ante esta disposición de diálogo y visibilización de trayectorias y prácticas de los proyectos, opté por diseñar las actividades del Grupo nominal.

Grupo nominal

En el caso del Grupo nominal, se trató de una actividad abierta al público, para la cual convoqué a los directores de las microeditoras como participantes, en un panel guiado por mí, proponiendo temas y preguntas en varias rondas. La guía de preguntas estuvo integrada finalmente por seis preguntas y no ocho como en un principio tenía pensado, esto a causa de la demora de algunos colaboradores y al tiempo reservado para utilizar el espacio. La gestión para este espacio el Foro de Usos Múltiples (FUM) del ITESO, y la coordinación del evento se realizó sin contratiempos, aunque puedo mencionar que me di cuenta de lo difícil que es reunir a personas entre semana en horario laboral. El lugar fue idóneo para trabajar con los colaboradores de manera directa y cara a cara. Asistieron cuatro, más uno que se conectó digitalmente vía Skype; otro canceló su participación.

Propuse a los participantes, que cada uno hablara sobre una temática determinada, para, al final de cada ronda obtener una idea general y tratar de postular un consenso de la

información que se generó para dar paso a realizar las conclusiones en torno a cada pregunta.

A continuación, presento las preguntas formuladas en relación al contexto de la producción musical en el AMG.

¿Recuerdan otros sellos discográficos en el AMG entre el 2000 al 2020?

¿Recuerdan este tipo de actividades en el AMG?

¿Qué sentido tiene producir música en el AMG?

¿Cómo es la escena musical en el AMG?

¿Cómo se le da el valor a la obra artística?

¿Podríamos colectivizar algunas dificultades para llevar a cabo sus proyectos?

La actividad contempló una lluvia de ideas inicial, con la intención de que los participantes se reconocieran como pares. No pretendí confrontar ni crear competencia entre ellos y aunque pudo suceder, el interés fue recuperar, contrastar y construir conversaciones para comprender procesos que se generaron en la misma localidad, así como la singularidad e importancia de cada microeditora.

Horario: 10AM A 12:30AM	Lugar: FUM ITESO	Fecha: 29 de Octubre 2019	Duración: 2:04:00 min
----------------------------	---------------------	------------------------------	--------------------------

En cuanto al proceso de análisis y categorización del grupo nominal, quiero señalar que la primera decisión fue determinar cuánto tiempo duró la participación de cada colaborador; esto ofreció pistas de quién pudo imponer o comentar más respecto a ciertas preguntas. Fue un ejercicio muy nutrido de intercambio de opiniones e ideas cara a cara entre pares. Principalmente esta técnica estaba orientada a generar más información relevante acerca del espacio geográfico y la escena local, de manera que nutriera el conocimiento en torno tanto del problema de investigación como a la contextualización general de la misma.

Observación Participante

La aplicación de la observación participante, aunada al registro audiovisual, fortalecieron las

posibilidades de registrar eventos, asistir a tiendas locales y para interactuar en el entorno de los colaboradores. De tal manera, acordé asistir a los eventos que fueran a suceder durante los meses de septiembre a diciembre del 2019. A continuación, presento el cronograma de dichas actividades:

OBSERVACIÓN	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
ABOLIPOP	X	X	X	12 DIC
HAPPY GARLIC	X	X	X	X
TECH KILLA	X	X	X	X
POAT	13 SEP (EVENTO)	19 OCT (EVENTO)	X	X
NOPAL BEAT	X	X	X	X
AMP RECS	15 SEP (EVENTO)	11 OCT (EVENTO)	X	X
OTROS / 2020	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
DISCOGRAFÍA				X
INTERNET			X	
OBJETOS FÍSICOS		X		
OTROS / 2020	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
PRENSA / OTRAS REFERENCIAS	X			X
FLYERS	X			X
VISITA A TIENDAS	X	X	X	

TABLA 4: Calendario de actividades por microeditoras de la aplicación de observación participante. Elaboración propia.

Sistematización de la información

Los instrumentos diseñados para poner en práctica las técnicas para generar información, en este caso la entrevista semiestructurada, el grupo nominal y la observación participante fueron puestas a prueba en el trabajo de campo. Así, el proceso de afinar los instrumentos para la recolección de datos y los requerimientos técnicos tuvieron un peso considerable en esta etapa de la investigación. El trabajo de campo arrojó un registro con alrededor de dieciséis horas de videograbación de las entrevistas y el grupo nominal. Esto sin considerar

actividades de observación participante de eventos y la escucha de registros fonográficos. Un primer procedimiento de organización de la información obtenida fue elaborar un esquema de sistematización que me permitió tener el acceso a todos los archivos de manera ordenada en dos discos duros externos. También tuve que crear un sistema de respaldo en compatibilidad con las tarjetas SD, los discos duros y mi ordenador a manera de no perder archivos. Tengo separada toda la información que se contiene en registros visuales, sonoros y transcripciones. En relación a las entrevistas realicé la transcripción, codificación y elaboré las categorías nativas. A continuación, presento una tabla que incluye la segmentación por categorías nativas y subcategorías.

Alianzas	Circuito Musical	Influencias Musicales	Venta
Análogo	Consensos	Modos de operar	
Apropiación Tecnológica	Consumo Musical	Originalidad	
Autogestion	Consumo Personal	Patrocinios	
Calidez	Digitalidad	Profesionalización	
Caprichoso	Exportación	Proyección Visual	
Catálogo Artístico	Formatos	Subgeneros	
Circulacion	Guacalismo	Subsello	

TABLA 5: Sistematización por orden alfabético y colores de las categorías nativas y subcategorías. Elaboración propia.

En cada entrevista surgieron categorías nativas y otras emergentes que se construyeron en relación con la información que proporcionaron los colaboradores. Los cambios que se presentaron son relativos a cómo elegí empezar a realizar el análisis, sin embargo, es notorio que a partir de ciertas categorías nativas se fueron construyendo progresivamente tendencias relevantes que tienen relación con el estado del arte, marco teórico e hipótesis. Por esta razón, las categorías nativas y las subcategorías representan menciones que pueden ser referidas a los ejes estético, tecnológico y económico. La relación de menciones que sintetizan estas ideas fueron calificadas en imagen y audio para la transcripción. También presento una relación numérica del 1 al 15 que sirve de guía para conocer la frecuencia de estas menciones.

La tabla de resultados 1, corresponde a las transcripciones de las microeditoras Poat Records y Happy Garlic. En primer lugar, es evidente que existe una tendencia de las respuestas y menciones hacia las prácticas que tienen relación con el uso y manufactura de

dispositivos de reproducción o “formatos”; en segundo lugar, sobresalen las prácticas que tienen relación con los procesos de circulación de la obra y en tercer lugar las prácticas que tienen relación con el uso y apropiación de tecnologías para la producción musical. También en menor grado hay menciones significativas que tienen relación con las prácticas de diseñar un catálogo fonográfico o las decisiones que son representadas como los consensos entre artistas y directivos, el manejo de regalías y la venta de la música. Se utilizan expresiones para nombrar el proceso de la hibridación musical a través de categorías nativas, a estas fusiones y resultados musicales Poat Records las nombra “guacalismo”, mientras que para Happy Garlic, designar un proceso único y con calidad musical es el resultado de una “música caprichosa”.

15																		
14																		
13																		
12																		
11																		
10																		
9																		
8																		
7																		
6																		
5																		
4																		
3																		
2																		
1																		
	3	13	7	11	14	11	15	7	5	2	4	7	5	4	3	1	2	2

TABLA 6: Tabla de resultados 1. Sistematización Happy Garlic/Poat Records. Elaboración propia.

La tabla de resultados 2, sintetiza los registros de las transcripciones de las microeditoras Abolipop Records y Tech Killa Records. En primer lugar, existe una tendencia considerable de las respuestas y menciones hacia la proyección visual de la microeditoras, es decir a prácticas que tienen relación significativa con el proceso creativo y el aspecto estético del diseño gráfico de la obra artística, también con los mecanismos del discurso visual y la promoción a través de *flyers* y campañas publicitarias. Con importancia secundaria aparecen los dispositivos de reproducción y los procesos de circulación de la obra. Con estas dos microeditoras surgen categorías nativas como la “formación de subsellos”, o las prácticas que vinculan a las microeditoras con patrocinios e incluso prácticas que enfatizan las alianzas con medios de comunicación, otros sellos discográficos y promotores independientes.

13																		
12																		
11																		
10																		
9																		
8																		
7																		
6																		
5																		
4																		
3																		
2																		
1																		
	3	7	4	5	4	2	12	5	11	5	4	6	13	7	4	5	2	1

TABLA 7: Tabla de resultados 2. Sistematización Abolipop/Techkilla Records. Elaboración propia.

La tabla de resultados 3, corresponde a *Amp Records*, en esta se muestra una mayor tendencia de las respuestas y menciones relativas a las prácticas del uso de tecnologías en ambientes

digitales, a la creación de *netlabels* y del uso del *mp3*. Asimismo, aparecen subcategorías referentes a prácticas de autogestión y a las prácticas de circulación de la obra artística y los dispositivos de reproducción.

7																	
6																	
5																	
4																	
3																	
2																	
1																	
	2	2	1	4	2	5	3	5	3	2	3	1	3	5	7	1	

TABLA 8: Tabla de resultados 3. Sistematización Amp Records. Elaboración propia.

La tabla de resultados cuatro corresponde al sello Nopal Beat. Perfilá claras tendencias de situar su trabajo como subsello discográfico de la compañía EMI, también se asumen los procesos de digitalidad, uso de tecnologías y originalidad como factores clave en la producción musical y aparece la subcategoría de profesionalización como un factor determinante en el proyecto.

12																	
11																	
10																	
9																	
8																	
7																	
6																	
5																	

4				O															
3				O															
2				O															
1			C	O					P										
	4	1	3	9	10	4	6	4	7	7	3	7	12	2	7	11	2	3	1

TABLA 9: Tabla de resultados 4. Sistematización Nopal Beat. Elaboración propia.

A continuación, presento en orden alfabético el total de las menciones por categorías nativas y subcategorías:

Alianzas	6
Análogo	3
Apropiación Tecnológica	23
Autogestión	16
Calidez	2
Caprichoso	2
Catálogo Artístico	29
Circulación	35
Circuito Musical	3
Consensos	17
Consumo Musical	15
Consumo Personal	12
Digitalidad	22
Exportación	2
Formatos	35
Guacalismo	2
Influencias Musicales	7
Modos de operar	2
Originalidad	12
Patrocinios	7
Profesionalización	29
Proyección Visual	25

Subgeneros	22
Subsello	14
Venta	24

TABLA 10: Sistematización total de menciones por categorías nativas y subcategorías.
Elaboración propia.

La siguiente gráfica permite observar el peso referencial de cada categoría. Aquí podemos visualizar la importancia que los colaboradores dieron a los diferentes ejes económico, estético y tecnológico a través de su información. Obteniendo una saturación de las categorías nativas y las subcategorías, donde la importancia se le dio a los dispositivos de reproducción y a los procesos de circulación de la obra artística; de manera secundaria se presenta la profesionalización y la importancia de construir un catálogo artístico.

Points scored

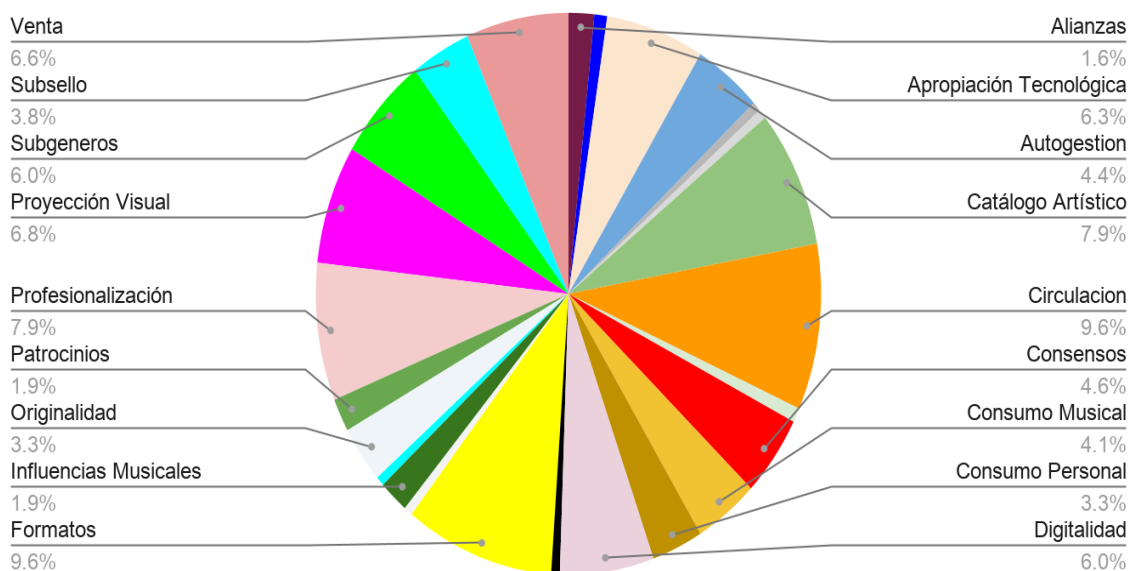


GRÁFICO 9: Representación cuantitativa de las categorías nativas y las subcategorías.
Elaboración propia.

A continuación, se muestran los mismos valores de la gráfica anterior que permiten visualizar la importancia de las categorías nativas y subcategorías propuestas por los colaboradores.

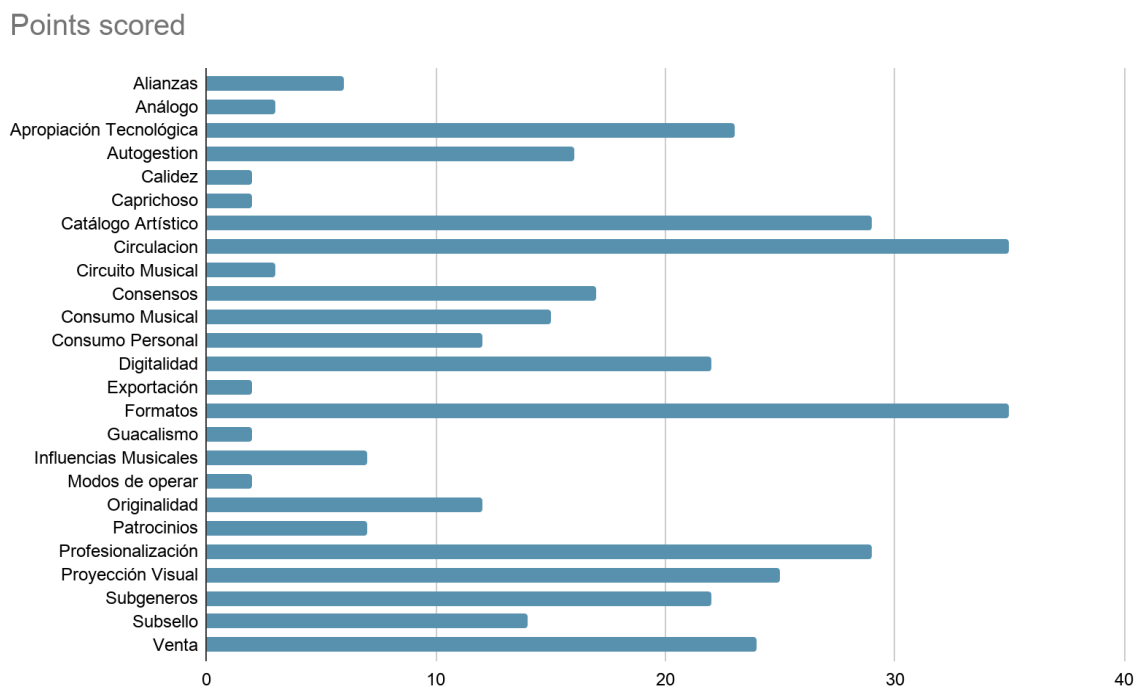


GRÁFICO 10: Relación diferenciada de las categorías nativas y subcategorías. Elaboración propia.

Utilicé la lógica analítica propuesta por la teoría fundamentada de Glasser y Strauss (1967), donde a través del reconocimiento de las categorías nativas y la saturación, obtuve un corpus de información de las seis entrevistas, que fue sistematizado en veinticinco subcategorías.

1) Segmentación por subcategorías

<p>Consumo Personal</p> <p>Apropiación Tecnológica</p> <p>Consumo Musical</p> <p>Catálogo artístico</p> <p>Patrocinios</p> <p>Digitalidad</p> <p>Alianza</p> <p>Modos de Operar</p>	<p>Circulación</p> <p>Venta</p> <p>Formatos</p> <p>Subgeneros</p> <p>Consensos</p> <p>Influencias musicales</p> <p>Circuito</p> <p>Subsello</p>	<p>Caprichoso</p> <p>Guacalismo</p> <p>Calidez</p> <p>Proyección Visual</p> <p>Profesionalización</p> <p>Autogestión</p> <p>Originalidad</p> <p>Exportación</p> <p>Análogo</p>
---	---	--

TABLA 11: Segmentación de subcategorías. Elaboración propia.

En una segunda fase, agrupé las subcategorías por las posibles similitudes y semejanzas en los temas que narraba el colaborador. Este proceso dio lugar a la formación de seis nuevas categorías.

2) Agrupación por similitudes - Ley de Glasser y Strauss (1967)

<p>Consumo Personal Influencias musicales</p>	<p>Profesionalización Autogestión Círculo Consensos Alianza Modos de Operar</p>	<p>Proyección Visual Subgeneros Catálogo artístico</p>
<p>Apropiación Tecnológica Digitalidad Formatos Análogo</p>	<p>Circulación Consumo Musical Venta Patrocinios Subsello Exportación</p>	<p>Originalidad Caprichoso Guacalismo Calidez</p>

TABLA 12: Segmentación y agrupación de categorías por similitud. Elaboración propia.

Como otro elemento de sistematización analítica, nombré estas seis categorías de tal manera que la concentración implica ya un primer paso de interpretación: *Distribución*, para describir las prácticas y estrategias de circulación de la obra artística; *Tecnología*, para comprender con que herramientas trabajan y que formatos digitales producen; *Autenticidad*, para conocer sus ideales estéticos; *Do it yourself*, agrupa las prácticas de colaboración, autogestión y profesionalización laboral; *Estético*, para profundizar en las prácticas que tienen relación con la creación musical y visual; e *Inside*, para reconocer sus influencias musicales y artísticas.

3) Nuevas Categorías (a partir de Glasser y Strauss, 1967)

INSIDE	DO IT YOURSELF	ESTÉTICO
<p>Consumo Personal Influencias musicales</p>	<p>Profesionalización Autogestión Círculo Consensos Alianza Modos de Operar</p>	<p>Proyección Visual Subgeneros Catálogo artístico</p>
TECNOLOGÍA	DISTRIBUCIÓN	AUTENTICIDAD
<p>Apropiación Tecnológica Digitalidad Formatos Análogo</p>	<p>Circulación Consumo Musical Venta Patrocinios Subsello Exportación</p>	<p>Originalidad Caprichoso Guacalismo Calidez</p>

TABLA 13: Agrupación de nuevas categorías. Elaboración propia.

4) Resultado de COMPARACIÓN y SUMA DE CATEGORÍAS

TECNOLOGIA	DISTRIBUCIÓN	DIY	ESTÉTICO	AUTENTICIDAD	INSIDE
83	97	73	68	18	10

De manera más compacta, en la distribución que presenta la suma de categorías podemos visualizar que, dentro de las prácticas de producción, los procesos tecnológicos y la circulación de la obra son esenciales para las microeditoras. De manera secundaria la ideología independiente y los procesos de autogestión se muestran como elementos clave para entender a estas industrias creativas. Por otra parte, los subgéneros musicales, la proyección visual y el diseño gráfico toman su relevancia en el ámbito estético. A continuación, presento otra gráfica donde se puede distribuir la información recabada en cuatro grandes ejes que son relativos a las prácticas estéticas, a las prácticas económicas y a las prácticas que sugieren la apropiación de tecnologías para la producción musical y finalmente la categoría *do it yourself*, referente a la ideología con la que llevan a cabo las prácticas.

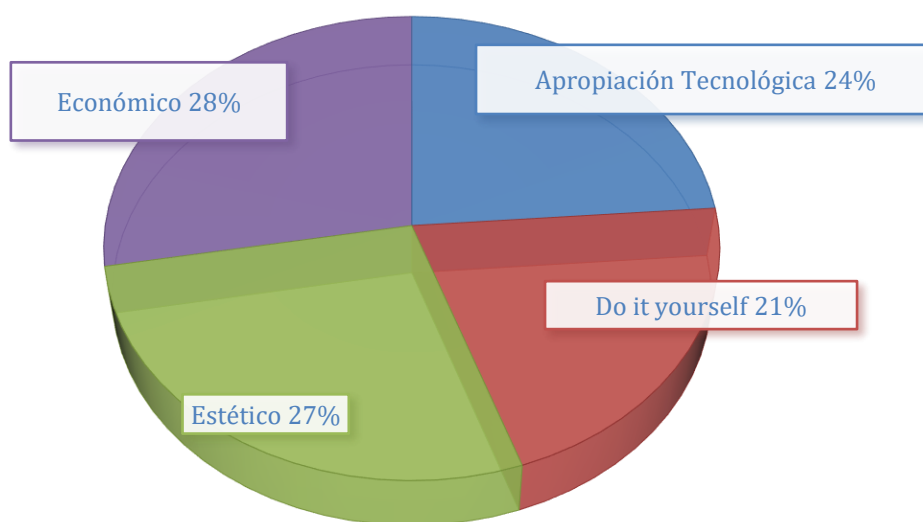


GRÁFICO 11: Porcentaje de incidencia de las prácticas por ejes. Elaboración propia.

Síntesis del capítulo

Como conclusiones de este capítulo, puedo mencionar que las actividades referentes a la inmersión al campo y la puesta en práctica de las técnicas de investigación señaladas fueron

fundamentales para la comprensión del fenómeno, permitiendo acceder al aporte subjetivo del colaborador a través de las narrativas, así como la recuperación de mi propia experiencia en los eventos a los que asistí. Respecto al trabajo de campo puedo mencionar que fue un proceso que disfruté, particularmente al percibir la emoción que se reflejaba en los rostros de los colaboradores al narrar cada una de las anécdotas que remiten a momentos personales y colectivos con el fin de producir obras artísticas. Además, el trabajo de campo, me permitió una posición de escucha y observador al comprender el fenómeno de la producción musical independiente desde otra mirada, una mirada más reflexiva y analítica, que me alejó de mi experiencia previa como profesional, la cual estaba cargada de experiencias laborales. Por otra parte, el reconocimiento de las categorías nativas y la saturación de otras subcategorías fueron claves para seguir en la indagación de manera más concreta, evitando la creación de nuevas categorías en el momento de revisar la información y transcribir las entrevistas. Fue mediante el seguimiento de los datos que pude percibir el comportamiento del fenómeno, es decir mediante la operación de codificación y posterior cuantificación de las categorías por colores, esto me ayudó a comprender donde surgían nuevos datos o se concentraba la mayor parte de la información, por tal motivo, las incorporé a los ejes correspondientes.

Me parece que trabajar con ejes y categorías permite reconocer la coherencia en el proceso de análisis, además de la revisión continua de la hipótesis y la pertinencia del uso de conceptos teóricos que pueden acercarse a explicar las respuestas de los colaboradores. Lo que hace relevante la relación del proceso es que la construcción del dato es resultado del procesamiento y el contraste teniendo como brújula el problema de investigación y sus objetivos. Desde una conversación, las entrevistas, observar lo que los colaboradores hacen, toda la información recogida únicamente es significativa cuando es sometida a un dispositivo de codificación que la transforma en dato. Como aquí ha quedado de manifiesto, observaciones y conversaciones se transforman en notas codificadas, interpeladas teóricamente y de ese modo su análisis me permitió ir construyendo sentido dentro de una estrategia. En definitiva, la manera en que construí otro conocimiento es un resultado de una aproximación heurística, el proceso está a la vista y es la base de la interpretación que busca nuevas comprensiones.

Lado D: Relaciones entre tecnología, estética y economía en las prácticas de producción musical independiente

Con el interés de dar cuenta de la interpretación de los datos en el presente apartado, es necesario destacar que las siguientes reflexiones y afirmaciones provienen tanto de lo revisado en el apartado Lado A referente a la literatura relativa al tema; de lo expuesto en el marco teórico en el apartado Lado B, así como de una sistematización estratégica de lo expresado por los colaboradores en las entrevistas y de otras actividades de observación que han sido mostradas en el apartado de metodología en el Lado C. También se integran tanto recurrencias o constantes, como singularidades y excepciones relativas a diversas prácticas que están incluidas por categorías. El trabajo radicó en decantar esta información de los registros audiovisuales y posteriormente de las transcripciones con el fin de identificar y conformar un corpus de datos integrado por categorías. A través de comentarios, ideas, palabras e indicaciones relevantes obtenidas en las diferentes entrevistas a los directivos de las microeditoras se conformó una serie de presupuestos que se desarrollaron como resultado de las categorías nativas, de la codificación y del proceso de categorización.

El procedimiento por el que decidí anclar el análisis a partir de los ejes tecnológico, estético y económico fue: en el tecnológico integré lo relativo a: *a) acceso y apropiación de tecnologías para la producción musical, b) la producción a través de dispositivos tecnológicos y c) las prácticas de circulación mediante la distribución online*. En el eje estético incorporé las categorías que tienen relación con prácticas que refieren a) *la originalidad y autenticidad de la obra artística, b) el catálogo artístico de las microeditoras, c) los subgéneros musicales, d) la proyección visual* y por último *e) la creación de sub-sellos*. En el eje económico incluí las categorías que describen prácticas de *a) autogestión, b) profesionalización del artista y de la microeditora, c) monetización y valor económico de la obra artística, d) distribución comercial* y para finalizar, *e) distribución independiente*.

Al final de este apartado, con el fin de reflexionar y describir el fenómeno de la producción musical independiente presento las convergencias que desde mi perspectiva existen entre los tres ejes de análisis, para comprender un amplio proceso tanto global como local, que sucede en el Área Metropolitana de Guadalajara entre los años 2000 al 2020.

EJE TECNOLÓGICO

Este eje da cuenta del proceso y las maneras en que los colaboradores tejieron un conjunto de narrativas sobre cuál es su relación con las tecnologías: cómo son sus entornos de trabajo, mediante cuáles dispositivos de reproducción y producción elaboran las obras artísticas y cuáles son las posturas y decisiones que tienen las microeditoras fonográficas respecto al fenómeno de la digitalidad y el uso del Internet para llevar a cabo las prácticas de circulación y distribución *online*. A continuación, se caracterizan las siguientes tres categorías: *a) acceso y apropiación de tecnologías para la producción musical, b) producción a través de dispositivos tecnológicos y c) las prácticas de circulación mediante la distribución online.*

Apropiación y uso de las tecnologías para la producción musical

En este subapartado se encuentran amalgamadas un conjunto de ideas y conceptos de autores que como mediaciones explicativas auxilian en la comprensión de estas prácticas. Desde el aporte de Walter Benjamin (1989a) al estudio crítico de la industria musical donde formula el concepto de “reproductibilidad técnica” para explicar el carácter múltiple que conforma el uso de las tecnologías en el campo acústico (y que será retomado por Greene, 2005 y Sterne, 2012); hasta el planteamiento que ofrece Yúdice (2007) respecto al conjunto de prácticas que pueden “acercar, acelerar o retardar las representaciones del mundo (p.20)” a través de la apropiación de tecnologías.

Bajo esta perspectiva, interpelando la postura de Yúdice las tecnologías son prótesis que permiten a los escuchas acceder a las prácticas que realizan las microeditoras; y en el caso de las microeditoras fomentan la percepción de un “mundo”; en este caso mediatizado y globalizado durante las dos primeras décadas del siglo XXI. Así, estas tecnologías a las que se refiere Benjamin (1989a) no sólo innovaron en la fotografía, cinematografía y en el campo de la producción musical hace cien años, sino que también suprimieron el *status quo* que legitimaba a estas prácticas como puramente artísticas y sublimes. Al colocar ciertos contenidos artísticos y herramientas tecnológicas al alcance colectivo mediante la producción en serie a través de mercancías, una suposición bastante lógica e intuitiva es que la producción cultural se dispararía a un sin número de posibilidades tanto éticas y estéticas donde los procesos técnicos y creativos estarían íntimamente ligados.

Como se ha revisado en el capítulo Lado B, existe una larga historia de las

innovaciones tecnológicas en el campo del registro sonoro y de la producción musical que surgieron por la necesidad de expandir las posibilidades técnicas de la grabación análoga y en una segunda fase la grabación digital. Para esta investigación la categoría “apropiación de tecnologías” tiene una relación directa con la apropiación de tecnologías tanto análogas como digitales. Para el caso de la grabación análoga, esta práctica está determinada por dos factores: el primero tiene relación con el espacio físico dedicado a la producción musical que es el estudio de grabación y el segundo, relativo a los instrumentos musicales y las tecnologías de registro, producción y reproducción, en donde el despliegue de la materialidad tanto del inmueble como de insumos técnicos como instrumentos musicales, cintas, dat y discos compactos fueron lo indispensable para realizar esta práctica. En relación con la grabación digital, el espacio físico ya no es lo principal y no determina la producción musical puesto que desde ordenadores y el *software* empleado en los mismos con licencia o a través de una versión ilegal, se logró emular los resultados que ofrecía la grabación análoga y los instrumentos musicales.

En lo que respecta a las microeditoras del AMG, las prácticas de la grabación análoga se encuentran con mayor énfasis en Nopal Beat, donde sus creadores instalaron “La Nopalera”, un estudio de grabación dentro de las oficinas de trabajo del BeatLab, con la característica que ofrecía disponibilidad de herramientas *software* y *hardware* para que los diferentes artistas del catálogo pudieran grabar y producir música en diversos horarios. Es interesante señalar que hasta finales de la década de los noventa prevalecía la noción de que el estudio de grabación determinaba el estatus de profesionalización de los músicos y sellos discográficos, sin embargo, a partir de inicios del siglo XXI, con la accesibilidad que ofreció la comercialización de equipo de cómputo, muchos instrumentos musicales fueron sustituidos por acervos digitales, llamados *librerías* que agrupan sonidos de diferentes instrumentos musicales. Así pues, la expansión de la producción de *software* para la creación musical y registro sonoro propició que se promovieron nuevas prácticas y nuevas tecnologías en el campo de la producción musical que se evidencian a continuación.

Si bien, la industria musical está determinada por prácticas que realizan diferentes agentes con diversos grados de expertise (Becker, 2008; Hennion, 2002), bajo la idea del sistema de grabación análoga podríamos agrupar a quienes llevan cabo estas labores que son el ingeniero de sonido, sus asistentes, el productor musical, el productor ejecutivo, los

músicos, los arreglistas, etc. Sin embargo, estos agentes son relevados en los procesos de producción de grabación digital en algunos casos solo por una persona quien es considerada como el productor musical. Esta noción de productor musical envuelve las diversas prácticas: ser músico, posiblemente también elabora el diseño gráfico de la música que produce y realiza las valoraciones necesarias de un ingeniero de sonido al determinar el carácter particular de los sonidos que ha elegido.

También existe el caso que la misma persona grave a otros músicos o instrumentos para usarlos posteriormente a manera de *samplers* como es el caso de Lumen Lab con el Mariachi Antiguo de Acatic, que es un proyecto musical donde participa el cofundador de Abolipop/Suplex, proyecto que fusiona las particularidades de la música tradicional antigua de la región de Acatic con la música electrónica. En este caso, el estudio de grabación se transforma a la portabilidad de acondicionar otros espacios y adoptar las tecnologías para resaltar la producción musical contemporánea. Por lo tanto, en ambos casos -Nopal Beat y Abolipop-, se muestra un carácter innovador con diferentes herramientas y espacios laborales.

Cabe mencionar que existen los espacios donde se habita, se trabaja y produce música; estos espacios están determinados por la practicidad de agrupar en una casa o departamento tanto las oficinas de la microeditora como otros espacios asignados para la producción musical. En el contexto de la microeditora Poat, su estudio es la sala y comedor de su vivienda. Con respecto a Amp Recs, existe un espacio para la producción de objetos acústicos denominado “*Institute for Plasma Research*”⁷², en el cual se imparten talleres y también opera como la oficina principal. En este mismo inmueble existe otro espacio de trabajo donde se lleva a cabo la confección manual de objetos como *pins*, *stickers*, *fanzines* en conjunto del ensamblaje y la duplicación de la producción musical en cassette.

Es importante destacar que aún se mantiene la percepción general de que en la producción musical existe una relación estrecha entre los estudios de grabación y los sellos discográficos; este es el caso de las compañías *Sony*, *Capitol*, *Universal*, *EMI*, etc; las cuales cuentan en sus instalaciones con sus propios estudios de grabación, así como las oficinas centrales y centro de operaciones para recibir y distribuir sus productos. En este sentido el estudio de grabación se puede entender como un recurso técnico, pero también como un

⁷² Recuperado de: <https://instituteforplasmaresearch.tumblr.com/>

espacio clave de un sistema de organización más complejo, es decir una instancia dedicada a la proyección masiva de artistas con la cual puedan obtener ganancias económicas de la misma magnitud.

En este sentido, como menciona Becker (2008), existen roles específicos en estas empresas para llegar a estos niveles de productividad, sin embargo, en el marco de la producción musical de las microeditoras abordadas en esta investigación, la idea de producir la música puede entenderse y se concibe a través del trabajo grupal a distancia vía *networking*, por ello la consolidación de las relaciones laborales en muchos casos no está determinada por un espacio físico. También existen casos en que se comparten herramientas tecnológicas para registrar y producir música que posteriormente será editada en la microeditora. Podemos observar que en la mayoría de los casos -Amp Recs, Happy Garlic, Nopal Beat, Abolipop, Techkill y Poat Records-, brindan el servicio de grabación en sus propios estudios para los músicos de su catálogo y así logran en conjunto confeccionar una canción o el álbum completo.

La apropiación y uso de tecnologías, como hemos planteado, no solo se remite al espacio físico de la producción musical, sino que llevar a cabo estas prácticas bajo determinadas características otorgan como señala Chass un sentido “profesionalizante al músico y al sello discográfico” (Chass, Nopal Beat, 2019). Cabe señalar que muchos de los productores musicales durante los últimos años de los noventa y principios de la década del 2000, aún vivían en la casa de sus padres, por lo cual también se considera determinante el acceso e incursión por parte de jóvenes artistas y músicos no profesionales a la industria musical. La mayoría de estos jóvenes tenían resueltas las necesidades básicas como luz, Internet y un espacio de trabajo que posiblemente es su propia habitación. En muchos casos, obtenían apoyo económico para la compra de instrumentos, cajas de ritmos, ordenadores, *samplers*, etc. La gran apertura que permitieron la globalización y tratados de comercio en la industria musical consolidó nuevas maneras de producir estilos musicales y expresiones sociales, puesto que se desdibujó la barrera entre quienes podían acceder a estos conocimientos reservados a las escuelas, estudios de grabación, ingenieros de audios, en los músicos profesionales y por quienes eran productores musicales emergentes y que a través del autoaprendizaje fueron ensanchando las listas de nuevos artistas en MySpace. Manuel Printzen de Poat Records, señala que “en muchos casos la herramienta más valiosa es la

creatividad antes que el uso o acceso a un *software* gratuito” (Printzen, 2009).

Para considerar que existe una apropiación de tecnología, hay que situar de qué manera sucede la práctica de acceso a la tecnología por parte de las microeditoras y así dar cuenta del por qué esta categoría “apropiación de tecnología” permite comprender peculiaridades significativas en cada uno de los proyectos. Con el fin de contrastar la importancia del uso de Internet y de las tecnologías digitales, es importante señalar que hasta la actualidad los instrumentos musicales y las tecnologías de producción musical o de diseño sonoro mantienen precios elevados para el contexto económico mexicano promedio, lo que conduce a que exista un acceso limitado para su consumo. A manera de ejemplo, valga señalar que con recursos económicos e infraestructura tecnológica limitada, existen microeditoras en el AMG, que han promovido obras artísticas producidas mediante *software* obtenido de manera ilegal.

En lo que concierne a Abolipop, aparece la referencia que justifica esta actividad en un orden ético y señalan abiertamente que, a través de Nopal Beat, consiguieron ciertos *softwares*, más no se especifica si Nopal Beat, tenían las licencias o eran ilegales. Hay que tomar en cuenta situando el contexto para inicios del año 2000 que era muy difícil y costoso acceder a ciertas herramientas de producción musical. En este sentido, entre los factores que dificultaban y siguen dificultando el acceso a ciertas tecnologías de producción musical se encuentran las prácticas relacionadas a los aranceles de importación y los costos de envío de los productos desde países como Estados Unidos, Inglaterra, Japón o Alemania, que destacan entre los más innovadores en el campo de la producción musical. Aunado a estas restricciones que dificultan el acceso a la tecnología en México, el fenómeno toma su dimensión local mediante la decisión de los distribuidores y comercios de instrumentos musicales de mantener los precios de sus productos vinculados a la relación del peso mexicano con el dólar estadounidense; por lo cual los precios pueden variar sin previo aviso.

Otro factor clave en el proceso de apropiación de tecnologías es que se logró establecer mediante el Internet una red de distribución del conocimiento digital a través de la democratización de la información hacia el público en general (Jenkins, 2008). En relación con Amp Recs, como señala Bolo (2019) “el uso de las tecnologías digitales y plataformas en Internet a nivel global propició un tipo de democracia que influyó en el aceleramiento de la producción musical en el campo de la industria musical independiente” (Bolo, Amp Recs,

2019). En este sentido, Yúdice (2007) plantea que “las nuevas tecnologías remodelaron la experiencia musical a nuevos procesos de mercantilización” (p.22), “hasta la manera en cómo se organiza la información en la red” (p.23). De esta forma, en la actualidad un solo sujeto puede operar una microeditora de manera *do it yourself* con su ordenador, siempre y cuando se asuma como tal para generar sus propios contenidos tanto visuales como musicales en las plataformas y redes sociales.

Los productores musicales y el público en general, mediante diversos *softwares* adquirieron una capacidad técnica en buena medida autodidacta que sigue desafiando la lógica del ámbito de la industria musical, y aunque parece que no cualquiera puede adquirir conocimientos para maniobrar diversas tecnologías de producción musical, es muy común obtener conocimientos de producción musical para generar y modular tonos, crear *beats* y elaborar *tracks* mediante consultas en foros en sitios web. De esta manera, existen condiciones favorables para explorar y aprender a usar diversos *softwares*, *hardwares* e instrumentos musicales mediante la utilización de tutoriales online, programas y *apps*. Tanto los dispositivos *midi* o aplicaciones en teléfonos celulares, han permitido a cualquier usuario producir música con una gama considerable de opciones, sonidos y con diversos niveles de complejidad e inversión económica; dichas prácticas se pueden realizar en cualquier espacio y momento. De este proceso de apropiación y uso de las tecnologías ocurrido desde el año 2000, se podría mencionar que se diversificó la industria musical y por ende los estándares de calidad tanto en cualidades sonoras y de composición. En lo que respecta a las microeditoras del AMG, es claro que se preocupan por apegarse a los estándares convencionales de la industria musical, sin embargo, ya no le dan la importancia a depender de las “majors” o las distribuidoras para promocionar sus creaciones musicales.

En países como México la piratería de licencias de *software* benefició a muchas generaciones de jóvenes que deseaban producir música a bajo costo. Por ejemplo, entre los más utilizados en la microeditora Techkilla Records, destacan de manera general para la producción de música digital, programas como *Reaktor*, *Logic*, *Reason*, *Fruity Loops* y *Ableton Live*; también es muy común la práctica de la descarga legal e ilegal de archivos que cuentan con sonidos representativos de algunos instrumentos y subgéneros musicales. Es de destacar el fenómeno global del *software Ableton Live*, en tanto que hizo que “muchas personas aprendieran a producir música y a crear estudios de grabación con pocos recursos

económicos y técnicos” (Richard Damage, Techkilla, 2018). La versatilidad que ofrece este programa para las presentaciones en vivo, para la grabación de sonidos y la ejecución de *samples* en tiempo real es muy estable entre otras funciones de postproducción. Este tipo de *software* demanda mucha exigencia creativa, horas de práctica y preparación técnica para comprender sus posibilidades a un nivel semiprofesional. Así, bastantes productores musicales y músicos independientes pueden continuar actualizando *plugins* y seguir vigentes en cuanto al uso de las tecnologías de producción digital, otros productores van más allá y elaboran sus propios artefactos sonoros e intervienen instrumentos o “juguetes” con el fin de innovar a través del *circuit bending*, a la par de usar plataformas de creación sonora de código abierto.

Como se ha revisado, el acceso y apropiación de tecnologías tanto análogas como digitales hizo posible un flujo constante de producción musical a nivel global y también local (Jenkins 2008). En este sentido Internet ha fungido como una vía de punto de encuentro que permite la circulación de producciones de artistas entre localidades y países a través del ciberespacio. Así pues, podemos comprender que la obra artística se implanta en el tiempo a través del uso de innovaciones tecnológicas. En cuanto la producción de música digital podemos confirmar que el acceso al uso de tecnologías es un elemento fundamental en los procesos de grabación, mezcla y la masterización, recursos tecnológicos que las microeditoras ponen a disposición para la creación artística, y con esto logran reforzar en muchos casos la ideología independiente - *do it yourself*, como en los casos presentados con Nopal Beat, Poat Records, Techkilla Records y Amp Recs.

Para las microeditoras se consideró una innovación producir música en medios digitales como una contrapropuesta a la industria musical comercial, aunque hay que mencionar que si bien fueron las “majors” quienes ya venían utilizando dichas tecnologías desde hace muchos años⁷³ y que en consecuencia también migraron a las plataformas digitales como MySpace, YouTube, Spotify (Jannoti Jr, 2020) para posicionarse dentro de

⁷³Los sellos discográficos transnacionales toman muy en serio los estándares de calidad e implantan mecanismos de profesionalización a los productos musicales que graban. Esto se logra a través de la tecnología más avanzada con la que estas empresas disponen. En muchos casos es notorio que existe una estrecha relación entre las marcas de instrumentos musicales transnacionales que patrocinan a ciertos músicos para poner a prueba sus avances tecnológicos en los estudios de grabación. Así, la producción musical está mediada por empresas que buscan mediante sus innovaciones tecnológicas el consumo de los aficionados y de los productores musicales.

los espacios de circulación digital (Yúdice, 2007).

Producción a través de dispositivos tecnológicos

Este subapartado refiere a la categoría de la “producción a través de dispositivos tecnológicos”, a continuación, se desarrollan ideas de autores que auxilian la comprensión de estas prácticas, así como nociones de los entrevistados que dan un panorama más amplio de las prácticas referentes a la producción de la obra artística a través de dispositivos de reproducción.

Se toma como una innovación en las microeditoras del AMG, la producción a través de dispositivos tecnológicos que generan la posibilidad de reproducir música y en algunos casos se realizan pagos por la manufactura como el cd, el vinilo y el cassette. Hay que señalar que la tendencia del vinilo resurge a partir de la primera década del año 2000, con un mercado limitado para pequeños sellos discográficos de música electrónicaailable. En cuanto a Nopal Beat, es la primera microeditora en el AMG en producir en este formato editando vinilos entre los años 2001 al 2005. Otro formato que se encuentra en Nopal Beat, es el formato CD, desde finales de los 90s. Se puede decir, que el disco compacto desplazó por completo al cassette y al vinilo, y se consolidó hasta principios del 2010. El disco compacto, se mantuvo alrededor de quince años debido a sus beneficios prácticos para comercializar y distribuir la obra artística. En los sellos Happy Garlic, Nopal Beat y Abolipop, se cuenta con una vasta discografía de discos compactos y vinilos que fue manufacturada en serie, sin embargo, hay que señalar que también se incluyen demos en CD-R, otro formato más económico que se deriva del disco compacto, pero que en este caso no es necesario una manufactura puesto que la música puede ser copiada disco por disco desde un ordenador, así podemos apreciar el catálogo de Techkilla Records, o Poat Records, quienes producen cassettes desde el año 2013 bajo este procedimiento de copia por copia.

Alrededor del año 2005 el CD como formato para la circulación musical fue afectado severamente por el formato *mp3*. Algunas microeditoras como el caso de Amp Recs, han construido un catálogo de cerca de 150 producciones las cuales la mayoría son en formato digital mediante el *mp3*. A partir de las transformaciones de los dispositivos tecnológicos para reproducir música, es interesante observar tanto las discusiones de manera informal llevadas a cabo por los consumidores como los debates académicos (Greene, 2005; Sterne,

2012) suscitados en el campo de la industria musical por las cualidades sonoras que otorga cada dispositivo tecnológico, dando motivo sobre todo a reacciones opuestas entre los productores musicales y djs; puesto que lo que estaba en juego era la portabilidad contra la fidelidad acústica.

“La búsqueda de la fidelidad del sonido es crucial en la producción musical” (Manuel Printzen, Poat Records, 2019)

El motivo principal se centra en la calidad sonora de reproducción que ofrece cada dispositivo. El punto recurrente de esta percepción de calidad se encuentra en relación a las posibilidades acústicas y de compresión, así como la presión sonora que se puede obtener tanto en lo análogo como en lo digital. Con respecto a la compresión de un archivo digital en este caso el *mp3*, se cortan y reducen las frecuencias bajas y altas con el fin de generar un archivo menos pesado y con mayor portabilidad. Un archivo *mp3*, puede tener una extensión de 8 *megabytes*, pero el mismo contenido de información en un formato de salida *.wav* puede tener una extensión de hasta 80 *megabytes*, en este ejemplo podemos observar que es considerable la reducción de *megabytes* en la compresión de ambos archivos; lo ideal es reproducir la música dentro de las mejores cualidades que otorga cada formato o códec. Las empresas dedicadas a la manufactura de dispositivos de reproducción usualmente solicitan los archivos en extensión *.wav*, que es la extensión del disco compacto, de tal forma que, los archivos pueden ser copiados tanto en cassette y vinilo. En otras palabras, la búsqueda de la fidelidad del sonido tanto de las empresas, consumidores, productores musicales y microeditoras es un aspecto considerado crucial durante la producción musical y en la obra artística. Conviene mencionar que la reproducción musical puede sufrir deterioro al obtener música copiada con estándares de audio muy bajos o por la respuesta de frecuencia de diversos aparatos y bocinas de audio.

Nopal Beat, que por algún periodo formó parte del catálogo de la transnacional EMI como una consecuencia de su trabajo como una microeditora pionera, Chass, en entrevista (2019) menciona “nos sentimos con cierta autoridad moral para pronunciarnos como los que abrimos los caminos y brechas en la producción de música electrónica local”. Cabe destacar que Abolipop y Nopal Beat, son las microeditoras que han editado vinilos, puesto que para algunos otras microeditoras no es viable hacerlo, debido a los altos precios de su

manufactura.

Prácticas de circulación mediante la distribución online

Este subapartado refiere a la categoría de “circulación y distribución online”, a continuación, se desarrollan ideas de autores que auxilian la comprensión de estas prácticas, así como nociones de los entrevistados que dan un panorama más amplio de las prácticas referentes a la divulgación de la obra artística en ambientes digitales.

La primera década del siglo XXI, es un periodo marcado por la aparición y popularización de las redes sociales, en buena medida debido a su gratuidad y a la facilidad para los usuarios de acceder a información, así como para transferir música, y que de buena manera ilustran el funcionamiento de MySpace (2005), SoundCloud (2007), YouTube (2006) y Facebook (2008), así como de plataformas especializadas para la distribución de música *online* como Juno, Beatport y iTunes que tuvieron su auge e incidieron para el consumo y venta de música a nivel masivo. También el uso de *torrents* y otros *software* como *Ares*, Napster y Soulseek, propiciaron el incremento del llamado *p2p* de libre descarga, lo que causó mucho descontento en las compañías transnacionales y en respuesta a estas prácticas consideradas ilegales, defendidas por sus usuarios como recursos de intercambio de bienes privados, tanto los dispositivos de reproducción como el CD y los *software* experimentaron sellos de protección y se hicieron públicas campañas de hostigamiento a los cibernautas que compartían recursos como archivos de diversos géneros y artistas.

En el caso del *streaming*, los formatos *mp3* y *flac*, toman su lugar en la industria musical, es decir que mediante estos formatos se propició una explosión de discografía en plataformas musicales tanto privadas como públicas, posteriormente aparecieron sitios de descarga con fines académicos, blogs, radios por Internet, *netlabels* y plataformas de distribución que ofrecían pagos de regalías más justos para los músicos como *en bandcamp*. En lo referente a las microeditoras del AMG, varias de ellas realizaron prácticas de *streaming* y participaron con programas de radio por Internet y se consolidaron como *netlabels* a nivel internacional (Comelles, 2012). Este tipo de sellos discográficos por Internet utilizaban las licencias de autoría creativa y derechos de autor avaladas por *Creative Commons*, para el libre uso y la libre descarga. En este sentido, se considera el *streaming* y la libre descarga como unas de las principales innovaciones para la promoción, venta y circulación de

contenidos musicales por parte de las microeditoras.

Hacer circular la música *online* para la libre descarga es una herramienta que muchos artistas decidieron usar para promocionarse y para salir a tocar, es decir para que nueva gente los consuma. “En este caso la promoción y difusión es más importante, ya que de aquí te pueden contratar para un show en vivo” (Richard Damage, Techkilla, 2018). Otra práctica de *streaming*, se realiza mediante la radio por Internet que hizo posible otras formas de promoción de la música, ofreciendo la oportunidad de visibilizar la creatividad de artistas emergentes al transmitir su música sin mayores condicionamiento o requisitos. Algunas de las microeditoras, transmitían la música que producían tanto a nivel global y local por las extintas *radioglobal.org* (2009), *mimamamemima.org* (2008), *radioneurotica.org* (2005) y actualmente por *Internet public radio* (2019), *sensorial radio* (2020) y *radionopal.org* (2020).

La circulación musical en el siglo XXI supone para Jeder Jannoti Jr (2020) una apuesta a la navegación de usuarios en plataformas digitales y señala al respecto que “escuchar música en tiempos de cultura digital implica conectividad” (p.20, traducción propia). Así, las microeditoras establecen vínculos con otros agentes y escuchas a través del Internet; siendo el ciberespacio la zona donde se aloja la producción musical; sin embargo, algunas plataformas o sitios webs expiraron de la red llevando consigo bastante material de producción audiovisual. Es decir, que mucha de la información digital no fue respaldada en MySpace, donde muchos artistas perdieron acceso a su material que subieron a dicha plataforma entre los años 2003 y 2015⁷⁴. Esto hace pensar que Internet aún no es un lugar estable y confiable, aunque se considere el espacio ideal para promocionar la música.

La facilidad y libre acceso a catálogos musicales, abrió la oportunidad de elaborar plataformas más complejas como *archive.org*, que agrupa un considerable número de *netlabels* y artistas a nivel global; cabe destacar que todo el contenido de este gran banco de producción musical tiene acceso gratuito para los cibernautas, de este modo, la “conectividad” (Jannoti Jr, 2020) propicia la creación de redes de individuos con nuevas radios, microeditoras, artistas y entusiastas en la comunicación, para aumentar la posibilidad de mantener comunidades y circuitos en la red donde circula la música libremente.

⁷⁴Recuperado de: https://www.elespanol.com/omicron/20190318/Internet-perdido-siempre-myspace-confiesa-musica-usuarios/384212801_0.html

La importancia del formato digital abrió las puertas en el año 2003 a las posibilidades comunicativas y de expresión musical en un sistema abierto al público a través de los *netlabels*. Con base en la incipiente democratización de la red, la producción de música digital fue concebida mediante nuevos modelos de hacer, este hacer fue a través de la improvisación de prácticas de circulación y distribución de contenidos musicales. Las microeditoras se situaron como puente de conexión entre el público y los músicos, vale la pena comentar que todas aparecen reseñadas en plataformas como *discogs.com*⁷⁵. Así pues, el Internet a través de los años pone en duda cuáles de los artistas siguen vigentes, también revela si su música sigue disponible en las redes sociales, es decir que algunas de estas prácticas perduran y algunas desaparecieron.

Como se ha revisado a lo largo de este apartado dedicado a la apropiación y uso de tecnologías, ha resultado sencillo para los directivos de las microeditoras subir contenidos a las redes sociales y a las plataformas de música; también reconocen que esto provoca “una dispersión y saturación de contenidos públicos” (Bolo, Amp Recs, 2019), puesto que muchos nuevos artistas a diario intervienen en la red con innumerables registros de expresiones musicales tanto casuales o espontáneas vinculadas a géneros como la improvisación sonora, ambient, ruidismo y en el caso específico de la música electrónica es común encontrar versiones con altísima circulación y consumo en redes sociales a través de remixes a otros artistas populares. Por lo tanto, el uso de Internet puede considerarse como factor clave y determinante en la producción de música y que ha seguido vigente durante los últimos veinte años.

EJE ESTÉTICO

Este apartado, integra la exposición relativa al análisis del eje que da cuenta de los procesos y maneras en las que los sujetos entrevistados conciben sus prácticas de creación; como proceso creativo la configuración de la obra artística radica principalmente en dos elementos esenciales, por un lado, el contenido musical y por otro los elementos visuales que componen

⁷⁵Recuperado de: <https://www.discogs.com/es/label/136569-Happy-Garlic>
Recuperado de: <https://www.discogs.com/es/label/27222-Nopal-Beat-Records>
Recuperado de: <https://www.discogs.com/es/label/97855-Techkilla>
Recuperado de: <https://www.discogs.com/es/label/1791167-POAT-Records>
Recuperado de: <https://www.discogs.com/es/label/87163-Amplified-Music-Pollution>
Recuperado de: <https://www.discogs.com/es/label/28588-Abolipop>

los formatos de presentación de la obra artística mediante el diseño gráfico. Para el abordaje del contenido de este apartado, dividí las categorías a partir de su relación con las prácticas que refieren a identificar a) la *originalidad* y la *autenticidad*, b) el *catálogo artístico de las microeditoras*, c) los *subgéneros musicales*, d) la *proyección visual* y por último e) la *creación de subsellos*.

Originalidad y Autenticidad

Originalidad y autenticidad son términos que guardan relación entre sí, aunque poseen diferentes significados. Para los propósitos de esta investigación sirven para diferenciar de qué manera y con qué intención se produce la obra artística. Los colaboradores entrevistados, a veces los utilizaron como sinónimos, motivo por el cual considero necesario mencionar algunas diferencias entre ambos conceptos. En el plano legal, la autenticidad toma relevancia cuando se tiene interés en demostrar que se cumple con ciertos cánones o reglamentos establecidos con el fin de legitimar una causa verdadera; por otra parte, en el campo del arte, la originalidad se refiere a aquello que es primero en su clase en cuanto al proceso de producción. Como expuse antes, Walter Benjamin (1989a) desarrolló el concepto de autenticidad en el año de 1936 para diferenciar la producción original de una obra artística frente a la reproducción en serie de la misma obra artística. A lo largo de este eje y bajo la orientación de ambos conceptos, podremos analizar de manera detallada dónde y de qué manera se encuentran descritos la autenticidad y originalidad y con qué fin son utilizados.

La obra artística, en palabras de Howard Becker (2008), implica “una cooperación que existe y perdura; un patrón de técnicas y actividades colectivas organizadas con un fin” (p.7). Concebida así, la razón de ser del arte no se presenta como estática y absoluta, sino como una acción que cambia constantemente. En referencia a la creación musical, existe un imaginario cultural que se puede fusionar debido a un conjunto de vivencias y experiencias que giran en torno al artista y su contexto. De esta manera, existe la posibilidad de introducir en la música valores tanto culturales, sociales y de índole melódico y rítmico, que indican hibridación (González, 2013) y que permiten describir la totalidad de una obra artística, en este caso musical. En la industria musical, las prácticas creativas generan múltiples posibilidades que se agrupan en géneros y subgéneros musicales que sirven para estudiar formas más organizadas de la cultura y la sociedad (Negus, 1999, p.26).

En una práctica de autorreflexión por parte de los colaboradores, el ejercicio de reconocer las características y rasgos musicales de lo que producen ha funcionado para situar qué intenciones tienen y de qué manera profundizan en las influencias musicales adquiridas o incorporadas en sus creaciones; en este sentido la importancia de consumir música es una práctica constante que se refleja a través de la creación de subgéneros que se encuentran inmersos en las obras artísticas. Otro factor determinante en la creación musical tiene relación con referentes musicales propios del espacio territorial donde se produce la obra artística, en este caso el Área Metropolitana de Guadalajara, comparte elementos de representación regional que se pueden reconocer en diferentes producciones de las microeditoras.

“Creo que es bien importante que tenga ese toque regional, no necesariamente vas a hacer mariachi. Ahora sí vives en ese lugar, ahí creciste, ahí naciste, te puede gustar o no, pero si vas a los tacos, tienen Banda o tienen Mariachi o tienen Pop o tienen lo que sea, día a día estas consumiendo esos sonidos, esos ingredientes y todas las personas también lo están haciendo y finalmente si quieres hacer algo que sea familiar para todos, desde para uno mismo tienes que hacerles caso a esas llamadas de decir - ¡Guey y si aquí mejor le metes como un Denbowcito! - Ah pues simón. Y pues creo que es válido y que es necesario también, no cien por ciento necesario de decir ahuevo así tiene que ser, porque hay banda que también se enfoca en replicar géneros de la manera más pura como se hicieron. Si vas a hacer Drum and Bass aquí y estás bien clavado. OK, pues lo haces con tus synthes y tus cajas de ritmo y lo haces, así como lo hacen allá, esa es una; pero sí creo que todo tipo como de mezclas y fusiones nuevas como para que den estos resultados, si tienen que tener esos factores tanto lo que te influencia que puede ser cualquier cosa del mundo y la mitad tiene que ser lo que vives, donde estas y pues si esa tropicalización, creo que si es necesaria” (Manuel Printzen, Poat Records, 2019)

Es posible reconocer que existen microeditoras fonográficas que llevan a cabo este tipo de prácticas de “tropicalización”, es decir prácticas de producción musical tomando como influencias y referentes el contexto sociocultural donde habitan los productores musicales, inclusive puede hablarse de la existencia de una competencia instalada con otras ciudades como Tijuana, Ciudad de México y Monterrey, que también apuntan a un proceso de hibridación con otras formas musicales regionales y que en muchos casos retoma elementos

de otros géneros y ciudades como pueden ser el *house* y *footwork* de Chicago, el *drum and bass* de Inglaterra, la *cumbia* de Colombia, el *techno* de Detroit, y el *rap* y *hip hop* de Los Ángeles y Nueva York, entre otros.

El consumo personal de músicos y directores de las microeditoras de ciertos géneros y subgéneros musicales son prácticas que se convierten en claras influencias para su producción musical y que pueden estudiarse en términos de originalidad y autenticidad, es decir, de qué manera algo que es consumido se asimila para después ponerse en circulación mediante nuevos referentes. De tal forma que, en la mayoría de las microeditoras en esta investigación, los géneros y subgéneros abordados están en relación a un continuo proceso de fusión musical de varias décadas y que coincide con el inicio de un nuevo milenio, dando como resultado otros tipos de música electrónica, rock, ruidismo o experimentación, mismos que hacen evidente la existencia de una variedad de sonidos que se encuentran en los catálogos artísticos de las microeditoras. Es así que, la importancia de consumir y producir música forma parte de la práctica de la creación estética que se va definiendo al establecer modelos de operación y estrategias de divulgación donde la visión de una identidad musical de la microeditora es el centro del proyecto.

La originalidad de cada propuesta se puede analizar a partir de los nombres bajo los cuales se autodesignan las microeditoras. En relación con Abolipop, el nombre es una conjugación de las palabras “abolir” y “pop”, así pues, se enfatiza una contraposición a los estándares de la música comercial en este caso denominada pop, por lo que Abolipop significa la cancelación de lo comercial y pop. Respecto a Nopal Beat, las dos palabras muestran un sincretismo tanto de una palabra española de origen náhuatl como de otra que refiere al uso de anglicismos en México. Por ello, se utiliza por una parte “Nopal”, un objeto que se encuentra tanto en símbolos patrios como en la dieta común del mexicano, así como “Beat” que remite al elemento rítmico que se emplea de manera fundamental en la creación de música electrónica; podemos asumir entonces que Nopal Beat, es sinónimo de música electrónica mexicana o hecha en México. Otro nombre que devela un proceso de originalidad identitaria es el de Techkilla Records, una palabra compuesta por la transformación de la palabra “tequila”, topónimo que designa una bebida embriagante emblemática producida en la región del occidente mexicano y en particular del estado de Jalisco; de modo que, se toma como referencia el sonido de la palabra y se traslada a los términos de tecnología mediante

el prefijo inglés “tech”.

El sentido de originalidad puesto en práctica para acuñar los nombres por parte de los directivos de las microeditoras, guarda estrecha relación con el sentido de configuración identitaria en torno al proyecto y sin duda aporta un nuevo significado que sintetiza de mejor manera la intención de proyectar su ideología y su propuesta musical.

Otra forma de develar la autenticidad y originalidad de la obra artística, es cuando describen sus prácticas estéticas mediante la utilización recurrente de términos que pueden aludir a un fenómeno más abstracto. Con respecto a Happy Garlic, el director Javier Audirac (2018), califica a la música que realizan bajo el adjetivo de “caprichosa”; esta afirmación describe un proceso muy estricto en la producción musical que tiene relación desde el proceso de composición de la obra artística hasta su promoción. “Música caprichosa” en primera instancia remite al hecho que no todas las personas podrán acceder a ella, el consumo personal que tienen los músicos y directivos hacía ciertas agrupaciones, géneros y subgéneros musicales hace que estos elementos en conjunto integren un valor de apreciación basado en un estándar de calidad a seguir, por lo cual ejecutar y promover ciertos subgéneros como el indie rock, shoegaze, math rock y post rock ya es una diferencia significativa ante otras vertientes del rock.

Cuando Richard Damage (2018), menciona que la música que producen en Techkilla Records, tiene “calidez” trata de describir que existe una búsqueda en la producción musical por lo relativamente orgánico y cálido como puede ser el tequila, aunque esta traducción pretenda una connotación coincidente con los ritmos y melodías mayormente creadas para la pista de baile, es en este sentido que refieren a la música que producen como cálida. La calidez para Damage (2018) también engloba el concepto de calidad en la producción musical, como en el caso anterior, la enunciación identitaria del nombre da cuenta de que existen protocolos y estándares de producción dentro de la microeditora para alcanzar metas y objetivos en cuanto a la calidad y el perfil del sonido.

La originalidad es vista por los directivos de las microeditoras en términos de innovación, mientras que la autenticidad, en su consideración, está mediada por las acciones que ellos realizan para alcanzar sus objetivos y diferenciarse de las demás microeditoras. En el Área Metropolitana de Guadalajara, podemos observar cómo la globalización se asienta

en términos locales a través de la exploración fonética, gramatical y musical, dichos elementos en la práctica conforman una estética propia, puesto que la concepción que se tiene de la obra artística radica en una búsqueda de elementos que los hagan distintivos ante otras escenas.

Catálogos Artísticos

Cabe mencionar que los catálogos artísticos que presentan algunas de estas microeditoras únicamente se encuentran de manera digital, lo que implícitamente conlleva una exigencia en la producción musical debido a que el consumo en Internet es cada vez más común, acelerado y sujeto a competencias y comparaciones feroces, lo cual ha dado como resultado que muchos artistas que pertenecen a ciertas microeditoras logren profesionalizar su música y que tengan mayor continuidad en los lanzamientos que presentan. En este plano, se pudo identificar que los nuevos artistas que ingresan a la microeditora se acoplan en el plano estético propuesto (calidad, estilo, género o subgénero), es decir, que esta práctica de publicar contenidos se lleva a cabo de manera ordenada y con cautela para ir logrando metas en colectivo y que se logre generar un sonido más unificado y distintivo.

Otra práctica común en los procesos creativos de las microeditoras consiste en la recepción de demos, debido a lo cual, se puede construir un catálogo de artistas que se acerquen a los objetivos musicales que se desean promover; en cuanto a Nopal Beat, se elaboró un catálogo artístico con una estética audiovisual en base al seguimiento y delineamiento de objetivos que partían de la música electrónica bailable y la música denominada *cabaret*. El resultado consistió en una variedad de artistas que representan lógicas de producción musical que aluden a un sonido que se fue construyendo a partir de la experimentación, improvisación y participación de varios músicos que compartían escenario en varios proyectos, así, el catálogo tiene relación con la producción tanto de fonogramas como de la gestación de “nuevos” artistas que producían *acid cabaret*.

Otro ejemplo es el caso de Amp Recs, cuyo catálogo artístico se formó a través de una red de artistas que se conectaron por Internet a un punto de encuentro: “la microeditora”; los artistas reconocieron estéticas similares a la producción artística que esta elaboraba y desearon sumarse, así fue cómo se construyó un catálogo mediante el interés colectivo de reconocimiento ante una estética y una práctica particular de producción musical que alude

al propósito de formar parte de algo; esta práctica unifica a los artistas y la podemos apreciar reconociendo entre sus estrategias estéticas acciones que conllevan pluralidad y una red de colaboración incluso a distancia; todo ello sin la necesidad de una estrecha relación interpersonal.

La curaduría y selección de artistas o de obras artísticas es fundamental en la conformación de los catálogos artísticos: respecto a la microeditora Happy Garlic, el catálogo artístico alude a una estética que parte del rock, pero que ofrece “otra paleta de colores” (Javier Audirac, 2019), es decir, que integra una diversidad de subgéneros entre los que destacan el *folk*, *indie*, *shoegaze*, *post rock*, *math rock* e *indietronic*.

Los catálogos artísticos tienen repercusión en el consumo musical; por esta razón las microeditoras se fijan metas a través de las unidades de dispositivos de reproducción que se van a fabricar, así como la cuantificación de descargas o reproducciones en plataformas digitales. Bolo señala que los eventos y música que producen, tiene una relación con el ruidismo, con la improvisación sonora y otros subgéneros como el noise o el drone “Estas modalidades de creación sonora experimentales son consideradas duras para el escucha” (Bolo, Amp Recs, 2019); así pues, la microeditora reconoce que auditivamente puede existir una satisfacción al escucha o insatisfacción para quien no está relacionado con estas estéticas.

Otro punto a rescatar en la construcción estética y en las decisiones de las políticas editoriales para la elaboración de los catálogos artísticos se relaciona con una práctica que indica el gusto personal o predilección por parte de los directores de las microeditoras hacia la obra artística, es decir, que desde las preferencias existe ánimo y disposición para distribuir la música de ciertos artistas. En este sentido y según lo expresa Bolo, “La política de originalidad en el sello discográfico marca las pautas para concentrar un catálogo artístico y musical único. Muchas producciones antiguas se han tenido que convertir a otros formatos digitales para su consumo” (Bolo, Amp Recs, 2019). Por esta razón, es posible apreciar cómo la práctica de la integración de un catálogo artístico se presenta mediante diversas posibilidades dando la oportunidad de experimentar con el cruce entre tecnologías y apreciaciones artísticas y estéticas. Es así que la publicación de un *release* presenta múltiples factores que se pueden analizar, entre los que destaco están: si el artista posee un número considerable de público para hacer redituable la inversión económica, en qué tipo de dispositivo se va a materializar la obra artística, si el lanzamiento de la microeditora está en

relación a modas y tendencias musicales y finalmente en qué radica que algunos artistas decidan adscribirse al sello y que los directivos de la microeditora apuesten porque sean publicados.

Subgéneros musicales: acid cabaret y guacalismo

Este subapartado se refiere a la categoría de los subgéneros musicales, mismos que a continuación se describen, así como las prácticas referentes a la producción de música popular urbana.

Como he comentado en el Lado B, tanto la música electrónica como el rock en sus diferentes variantes, han sido dos géneros que han permanecido en el gusto de un sector significativo de las personas que habitan el AMG, como lo muestra la Encuesta de Consumo Cultural del 2010.⁷⁶ El rock se encuentra en el segundo sitio de preferencia y la música electrónica en el sexto lugar.

Para la primera década del 2000, ya coexistían diversos subgéneros como el house y techno que se ejecutaban o reproducían en bares, en fiestas, en eventos masivos, sin embargo, el interés de explorar otros subgéneros musicales en el caso del Drum and Bass, Electro, Salsa, Ambient, Cumbia, IDM, Glitch, Dub, Trance, UK Garage, Down Tempo, entre otros, surge como una innovación artística al momento de mezclarse y fusionarse mediante la producción musical, finalmente esta práctica se consolida como un proceso de hibridación (González, 2013) y una transición estética que había en la época (Richard Damage, Techkilla Records, 2019).

La musicóloga argentina Juliana Guerrero (2012), coloca dos elementos para comprender los debates académicos para la construcción de géneros de música popular, entre los que destaca los estudios de musicología y los estudios socioculturales; en el primer caso estos estudios se basan en las reglas formales y técnicas que se someten a una estructura académica musical y en el segundo caso la construcción de géneros musicales es el resultado de la participación de los sujetos y su contexto sociocultural, así como una notoria participación e intervención de los medios masivos en las prácticas de consumo de música popular, estos elementos son claves para la comprensión de algunos rasgos musicales y de la formación de identidades, en consecuencia, lo que sucede de manera global puede tener una

⁷⁶ Recuperado de: p. 29. https://www.cultura.gob.mx/encuesta_nacional/#.YCNNK3mjnv9

incidencia en el ámbito local al asumir tendencias tanto musicales como algunas conductas que hayan adquirido los sujetos a través de los medios de comunicación y que por tanto modifican su identidad. En lo que respecta a los artistas de las microeditoras, hay que distinguir que los principales medios de comunicación a los que atienden sus prácticas de consumo, ya no son ni la radio ni la televisión, sino que es a través de Internet donde adquieren nuevos elementos que incorporan a la composición musical y a sus prácticas de conformación de identidades juveniles.

En este caso, la música electrónica es un género musical que apunta a varios aspectos, uno de ellos es la posibilidad de producir y ejecutar la música sin la necesidad de otras personas o instrumentos musicales, por lo que, la música se puede producir con instrumentos musicales digitales, cajas de ritmos y samplers. La representación sonora de la música electrónica tiene múltiples posibilidades, en este caso la música electrónica dance se produce mediante la construcción de un *beat*, que es un sonido percusivo en diferentes tempos, por ejemplo, el house que oscila entre los 119-128 bpm, el downtempo entre los 92 a 100 bpm, el drum and bass entre los 164 y 166 bpm, el techno entre los 129 y 134 bpm. Así pues, se pueden identificar diversos ritmos por los patrones, la velocidad del beat, armonías y arreglos melódicos. Existe también música electrónica con técnicas de producción que va dirigida a la cultura de masas y a prácticas mediatizadas (González 2013, p.83), así que, es a veces confuso designar y asumir qué es música electrónica debido a la diversidad de ritmos que caben bajo este término, y que de manera general ha sido utilizado para promover y difundir diversas estéticas relacionadas a la música pop y otras más experimentales que permiten la fusión con otros ritmos igualmente producidos de manera digital.

Uno de los subgéneros que surgen en el AMG; bajo estas características es el denominado *Acid Cabaret*, una música mediada por géneros musicales que van de lo “tropical a lo moderno” (Chass, Nopal Beat, 2019), donde productores musicales tanto de house, techno, drum and bass, así como otras influencias del rock provocan una fusión al grado de ser considerada como una nueva tendencia en la música alternativa mexicana, compitiendo directamente con Nortec Collective, creado en Tijuana quienes fusionan música electrónica con banda nortea; y Sistema Local Sonoro, en Monterrey quienes fusionan música electrónica con cumbia rebajada, hip hop y breakbeats. Por tal motivo, EMI, brinda el apoyo necesario para Nopal Beat puesto que la producción musical no solo era música

electrónica, sino que existían otros elementos y subgéneros de la música popular bailable (Valenzuela, 2010; Madrid, 2010).

Tanto el house de Chicago y el techno de Detroit, provienen de comunidades afroamericanas de los Estados Unidos (Márquez, 2013), estos subgéneros se han diversificado en muchos territorios del mundo; en el contexto de México, los intentos de fusionar música electrónica con música popular como el mariachi fue un primer intento por caracterizar un sonido distintivo y único, sin embargo tras varios intentos se consolida la base rítmica y melódica de lo que en palabras de sus creadores, se denomina *Acid Cabaret*, fusión musical que se caracteriza por retomar elementos de música tropical, música caribeña, música cubana, la inclusión de elementos del electro house, música industrial y dark goth procesada a partir de sampleos de la sección de vientos de orquestas similares a Pérez Prado y Mickey Laure. Estas decisiones de mezclar “conceptos” (Chass, Nopal Beat, 2019) en la obra artística es otro elemento donde se aprecia que la originalidad identitaria toma su lugar a partir de la combinación y resignificación de rasgos musicales de un género dentro de otro (Guerrero, 2012).

Este modelo colectivo de abstraer un lineamiento estético tanto sonoro como visual, se adquirió de manera técnica y práctica, además se retomaron elementos del contexto cultural de Guadalajara y de la región del occidente mexicano para lograr resignificar mediante prácticas creativas este espacio territorial con música moderna y contemporánea hacia otros países y el interior de México, puesto que esta música al estar en circulación a través de la empresa transnacional EMI, logró generar un significativo reconocimiento del público a nivel comercial por algunos años. En palabras de uno de los fundadores del sello:

La vida nocturna de Guadalajara, junto con la nubosidad de la noche hace que se generen ambientes propios entre el músico y escucha, la visión es entonces música abstracta y dura con tintes de cabaret (Chass, Nopal Beat, 2019)

Por otra parte, Valtierra, al hablar de música electrónica en Guadalajara, señala:

En la cultura electrónica mucha de la energía se dedica a la taxonomía cultural, que consiste en tratar de identificar géneros y subgéneros como especies. El exceso de nuevos sonidos, subgéneros, términos y nombres comunes es lo que impide a muchos principiantes conocer lo que realmente es esta música. Sin embargo, y pese a esta confusión, en el primer lustro del

siglo XXI los sonidos electrónicos y todos sus derivados han dominado la escena de Guadalajara con propuestas de músicos tapatíos que se dejan oír para esclarecer la panorámica musical de la Perla de Occidente, llegados a ser apreciados y programados en Europa (Valtierra, 2005, p.139)

Otra de las influencias musicales destacada en la producción musical es la relativa a la música popular brasileña: tanto proyectos adscritos a Nopal Beat como Galápagos, y Dfender de Techkilla Records, conjuntan el drum and bass, un género de la familia de los breakbeats y el jungle de Inglaterra, junto con los acordes de guitarra acústica que aluden al bossa nova y a la samba brasileña. Asimismo, dentro del catálogo artístico de Poat Records, está el caso de Fonobisa⁷⁷, quién produce composiciones con una fusión denominada Carioca Funk, que es una de las tantas hibridaciones de la música urbana brasileña (Márquez, 2013). Otras hibridaciones notorias son las relativas a la fusión con la salsa, en este caso con el house, una derivación del house latino neoyorkino a través de la propuesta estética del Acid Cabaret. Otro ejemplo de la fusión de la salsa con otros subgéneros, es la que realizó el productor musical puertorriqueño radicado en Guadalajara, Dj Willow, que la mezcló con el drum and bass y fue editado por Techkilla Records, más adelante fue colaborador de Ataraxia Records, una microeditora en Ciudad de México fundada por Dj Linga y Dj Smoke, ambos colaboradores del colectivo Parador Análogo.

Otros elementos que son relevantes en la producción musical de los artistas de diversas microeditoras, son los relativos a la fusión de otros subgéneros ingleses como es el dubstep y el future bass, donde se experimenta con texturas minimalistas y paisajes sonoros con una influencia notoria de los trabajos de Brian Eno, Burial y Digital Mystikz; este tipo de matices sonoros buscan delinear un ambiente íntimo con el escucha. Cabe mencionar que otros sonidos que han sido retomados son los sonidos prehispánicos, como el uso del caracol de viento como instrumento musical y otros elementos tanto rítmicos como melódicos que provienen de la música denominada “tribal guaracha” del colectivo 3Ball de Monterrey. Es claro que lo que para unos artistas es future bass para otros puede ser la expresión de una música que se está construyendo con base en otros sonidos de la música popular urbana que aún no saben cómo nombrar. Por tal motivo, la búsqueda de la identidad sonora remite a una

⁷⁷ El nombre Fonobisa, es una sátira de la industria cultural estadounidense Fonovisa.

hibridación de múltiples elementos que se combinan y se distribuyen principalmente en Internet.

En Poat Records, el “Guacalismo” es el concepto con el cual, los directivos de este sello denominan a la apropiación que hacen del footwork y juke de Chicago, del Baltimore Club, el Miami Bass y el Mombathon; todos estos subgéneros forman parte del imaginario de lo que se conoce como “Global Bass”, un término que guarda relación con los subgéneros de música electrónica sincopada y que poseen características rítmicas que van de los 134 bpm hasta los 165 bpm. En los casos anteriores pudimos reconocer que la búsqueda de una identidad musical se configura a partir de la apropiación de ritmos latinos y de música popular urbana extranjera; estos elementos se fusionan con la diversidad de bases rítmicas y armónicas propias de la música electrónica dance, lo que diferencia a este tipo de producciones musicales de los artistas de las microeditoras estudiadas son particularmente los procedimientos seguidos para concretar las prácticas de producción musical, específicamente en lo relativo al uso de *software*, instrumentos e influencias musicales propias de cada momento histórico, tanto a inicios de siglo XXI con Nopal Beat o a final de la segunda década del siglo XXI con Poat Records.

En cuanto a Abolipop, en sus inicios su ideología está ligada a un sentido afín al movimiento punk más que propiamente a sonidos que provienen del género punk ⁷⁸; así asumen la producción de subgéneros como el new wave, indietronic y música minimalista que tienen su raíz en diversas vanguardias del avant rock, dub, kraut rock e inclusive del post punk (Márquez, 2013; Stubbs, 2014). De tal forma que, los subgéneros que se distinguen desde la propia voz de sus ejecutores, permiten reconocer en Abolipop a una microeditora ecléctica que promueve artistas que no representan una sola tendencia musical; esto permite incluir diversos públicos que pueden consumir la diversa oferta musical de la microeditora.

A diferencia del planteamiento ya citado que ofrece Valtierra (2005), respecto a algunos elementos que son cruciales para la consolidación de la música rock de Guadalajara en la década de los sesenta y los noventa principalmente, como el cobijo tutelar de radio, cine y televisión, podemos afirmar que a pesar de ser el AMG, un espacio que ha hecho

⁷⁸ Mediante el subsello Suplex, presentan la compilación “Nada volverá a ser igual” Registro de la escena hardcore punk tapatía de 1988-1995. Incluyendo temas de agrupaciones representativas como Sedición, Atheos, Sin Razón Zoocial, Empirismo, Diluidos en el Sistema, Garigoles, Tried, Fallas del Sistema, Recuperado de: <http://www.suplex.mx/nadavolveraaserigual.html>

grandes aportes a la música mexicana, pocos han sido los proyectos que han logrado insertar su música en las lógicas actuales de los medios de comunicación. Esto subraya el modo cómo el Internet ofreció una autonomía y libertad estética a las microeditoras. “Las bandas se enfrentan a una misma amenaza como artistas: las compañías de discos no los graban porque no tienen una trayectoria sólida y con seguidores, y el público no les hace caso porque no tienen un disco ni aparecen en los medios de comunicación” (Valtierra, 2005, p.144)

Los subgéneros musicales no solo representan parte del imaginario musical de un artista, sino que también en ellos se encuentran elementos del contexto sociocultural en que se generó la obra artística; existen sonidos y códigos simbólicos extramusicales que denotan rasgos para la construcción de subgéneros musicales y que es posible reconocer o nombrar de una nueva forma, sin embargo, la connotación de estos sonidos nos remite a una práctica que se consolida mediante las reglas estéticas propias del oficio, es decir que estas convenciones sonoras que se encuentran en las obras artísticas dan legitimidad al arte como un proceso de producción colectiva que se edifican por medio de relaciones sociales y laborales a través de una red de trabajo frecuente (Becker, 2008). De modo que, podemos mencionar que en las microeditoras del AMG, las prácticas de producción musical están ligadas principalmente a dos elementos que son, por un lado, las influencias musicales que se retoman y que finalmente provienen de otros subgéneros de música popular urbana y, por otro lado, que estos subgéneros anteriormente, presentan características de marginalidad en otros países y no poseen transmisión masiva en medios de comunicación, es decir que producir estos subgéneros musicales tanto en el extranjero como en México, los coloca en un modelo *underground* (Chass, Nopal Beat, 2019). Es notorio que los subgéneros musicales que tienden a la experimentación se exponen a una dificultad de ser divulgados en los medios de comunicación.

Proyección Visual

En la práctica de la producción fonográfica existe un elemento fundamental que complementa la obra artística musical y que ilustra en muchos casos los intereses conceptuales del artista y de la microeditora. El uso de la imagen para la representación de la obra musical tiene múltiples funciones debido a los procesos de significación que se

pueden alojar en ella. Márquez (2012) señala lo siguiente:

Desde su irrupción en los años '40, la funda de disco o carátula ha sido el medio principal mediante el cual dotar de un componente visual (y tipográfico) al contenido musical del producto discográfico. En plena sociedad de consumo y de la comunicación de masas, la finalidad primera de la carátula es la de vender el disco que nos presenta de forma visual, por lo que se da en ella una conjunción de intereses culturales, artísticos y económicos. En un principio, las portadas de los discos eran muy básicas, limitándose a presentarnos una imagen, normalmente a color, del grupo o solista ... la portada y todo el componente extramusical en general cambia y se enriquece, haciéndose mucho más complejo y dotando al texto discográfico de un efecto de sentido mayor (Márquez, 2012, p.3; Bertetti, 2009).

El diseño gráfico es una actividad íntimamente ligada al proceso creativo de la música. La carátula de los discos representa la forma visual donde se pueden plasmar los intereses artísticos. Este discurso visual está vinculado al contexto sociocultural de los músicos, artistas visuales y al universo semántico de sus ideas. Para esta investigación no resulta pertinente elaborar un detallado análisis visual de elementos como las carátulas de los lanzamientos de las microeditoras o de sus logotipos, pero a grandes rasgos he considerado valiosas las aportaciones que se derivan del seguimiento de la proyección visual y de ciertos elementos incorporados a las propuestas de diseño gráfico y que tienen connotaciones que aluden a la producción de dispositivos de reproducción. Los colores, el tamaño, las carátulas, la tipografía y otros elementos que se pueden encontrar en los empaques tanto de cassettes, vinilos y discos compactos, ofrecen una extensión tanto de materialidad de la obra artística como de su intención expresiva.

De manera general, en esta fase de la elaboración de la obra artística una práctica casi inevitable es el diseño del empaque o presentación. Es por demás relevante en este plano el uso de elementos gráficos como ilustraciones que en algunos casos remiten a dibujos infantiles, en otros a elementos geométricos, imágenes abstractas, afrofuturismo, y en estos procedimientos de codificación simbólica se advierte también la utilización de fotografía, pintura, graffiti, collage, roscopia, bajo y alto contraste, símbolos, elementos de la cultura pop, de la cultura chicana, arquitectura, paisajismo, etc. En palabras de algunos directores, la conjunción de lo visual con lo musical tiene un mismo objetivo, “se confecciona el disco como una unidad: diseño y música” (Abolipop, Diego Martínez, 2019).

Las maquiladoras de producción de dispositivos tecnológicos ofrecen una diversidad de modos para realizar una idea visual. Lo primero a considerar en relación a los diferentes formatos “materiales”, es decir del vinilo, cassette y CD, es que hay tarifas predeterminadas a partir de los elementos más básicos para cada formato. Por ejemplo, en los vinilos, estos pueden incluir un solo color, como los vinilos fabricados en color negro con un empaque *Slim*, y una funda interior de papel en blanco. Partiendo de este punto que implica la cotización más económica, es posible agregar dentro de la planeación el diseño de un poster, calcomanías, postales, mini libros con las letras de las canciones, imágenes de los miembros del grupo, botones y otros elementos decorativos, los cuales se consideran un regalo o un agregado destinados a familiarizar a los consumidores con la música y a partir de estas referencias plásticas y sensibles establecer una interacción entre público y microeditoras, consiguiendo además que la práctica de la edición de dispositivos sea más atractiva en el proceso de consumo.

En la producción de vinilos se puede apreciar que la ilustración tiene un tamaño más grande, con una proyección visual más sugerente a la vista y que puede ayudar a “posicionar” la obra ante el consumidor. El vinilo como formato, es considerado una obra artística en donde la música como la carátula pueden entenderse tanto como unidad o cada una como objetos separados, y es evidente en su producción el reconocimiento del alto poder decorativo que este tamaño posee.

En el caso del CD, este formato ofrece a las microeditoras diversas posibilidades para complementar su confección mediante otros elementos como el suaje, la textura del papel cartulina, incluso aquí valdría la pena considerar la tendencia a elaborar mini discos compactos, como una opción más. Así pues, los elementos visuales constituyen materiales relevantes en la exploración del diseño gráfico; en esta investigación registramos que en las microeditoras Happy Garlic, Abolipop y Nopal Beat, se encuentra discografía editada en el formato *digipack*, que era una innovación ante el *jewel case*⁷⁹.

En el caso del cassette, formato más reducido en tamaño que los anteriores y que utiliza la cinta magnetofónica para el registro y reproducción de audio, fue utilizado en producciones de Happy Garlic, específicamente para el lanzamiento en el año del 2010 de

⁷⁹ Nombre que reciben las cajas de plástico (concretamente poliestireno) transparente en las que se suelen contener y distribuir los CD de música.

Robota. Para el diseño de este fonograma, un álbum con tiraje limitado, se realizaron tres diferentes portadas. Poat Records, que es la microeditora con mayor cantidad de lanzamientos en este formato y de igual manera con tiraje limitado. Estas producciones son elaboradas e intervenidas artesanalmente, ya que los cassettes pueden ser pintados de cierto color y las portadas realizadas en diferentes tipos de papel y colores en impresoras multifuncionales domésticas y en algunas ocasiones en impresoras láser. Cabe señalar que la tendencia global de retomar el cassette se mantuvo vigente durante la década del 2010 al 2020. Al respecto Manuel Printzen comenta cómo es que adquiere este formato en Guadalajara.

La mayoría son de cajas selladas que salen en los tianguis, sobre todo en *El Bara*. Los primeros los consiguió el Tropical Punch, y ahorita un camarada que vende cd's ahí en *El Bara* me los ha conseguido, yo le digo que todos los que salgan así, nuevos los aparte (Manuel Printzen, Poat Records, 2019)

A diferencia de las anteriores, todas ellas con formato “físico”, en la producción musical digital también existen carátulas que se pueden descargar o que están insertas en los folders de los archivos de la música, en este caso fue muy usual observar carátulas en .jpg, .pdf o .png.; que se pueden descargar gratuitamente en los sitios web o *bandcamp*. También existe la práctica de sumar en un folder .zip, archivos en formato .txt, para la escritura de los textos de agradecimientos, información general de la obra y nombre y duración de los *tracks*.

La práctica del videojockey, fue una actividad que complementa la proyección visual de los artistas y que, Nopal Beat, integró como un elemento que ilustraba, a través de diferentes técnicas de composición análoga y digital, todo un imaginario visual que el público podía observar al escuchar la música en los eventos. Entre los elementos distintivos que encontré en la composición visual de Nopal Beat, Abolipop y Techkilla Records, en su conjunto tienen relación con técnicas de diseño gráfico llamadas vectorización, esta técnica fue muy utilizada por diseñadores gráficos quienes realizaban las portadas, *flyers* y elementos gráficos de las páginas web de artistas de música electrónica en la primera década del siglo XXI. La función de la imagen en los eventos a través de la proyección que lanzaba el vj en combinación con

la composición visual de las portadas y otros elementos distintivos de la cultura popular, fue una actividad que se inició a realizar en México por una generación de artistas audiovisuales, visuales, diseñadores gráficos e ilustradores que utilizaban equipo técnico como videocaseteras, cámaras de video y software de ilustración en vivo. En la agrupación Jacks Son de Abolipop, participa Vj Sal, también fundador de la rama Nortec Visual de Nortec Collective, quien proyectaba un imaginario visual basado en *lowriders*, *cultura chicana*, lucha libre, arquitectura de barrios de California y *graffiti*. En las presentaciones de artistas de Nopal Beat, se proyectaban imágenes muy lentamente, estas imágenes mostraban tambores, bailarines, bailarinas, palmeras, ciertas partes del cuerpo, ropa, zapatos de baile, espacios como bares, cantinas, cabarets en donde mediante diversos efectos visuales se rediseñaba en vivo la imagen y se experimentaba con la música “una concepción dark, pero cachonda de reapropiación de la cultura popular” (Chass, Nopal Beat,2019).

Asimismo, registré que Abolipop, en la parte del diseño gráfico existe una intención de competir dentro de los estándares internacionales o con otras microeditoras mexicanas de música electrónica como Static Discos, y que explícitamente lo que aspiraban a transmitir era una “estética de vanguardia” (Diego Martínez, Abolipop,2019). Otro elemento a destacar en la parte del diseño gráfico de sus portadas y proyección visual es que en Abolipop trabajan directamente los artistas y la microeditora, proponiendo ideas desde la microeditora y con la decisión final del artista. Abolipop, fue de las pocas microeditoras del AMG que contaba con un apoyo de distribución mediante la empresa Noise Kontrol, en dicho catálogo se encontraban microeditoras mexicanas como Mil Records (Tijuana), Discos Konfort (CDMX), At&At Records (Tijuana) y Soundsister (CDMX). De igual manera, pero en el ámbito internacional, Abolipop logró posicionar su catálogo en el resto del mundo a través de la empresa distribuidora Darla Records, por ello, se entiende la razón por la cual Abolipop pretendía competir o posicionarse a través del diseño gráfico en un mercado nacional e internacional, más que local.

El trabajo visual en buena medida se convierte en un elemento de reconocimiento/posicionamiento que brinda identidad a la microeditora a través de caratulas, posters promocionales, dispositivos, *flyers*, etc.; en la mayoría de los casos se trabaja de manera colaborativa. Los diseñadores gráficos escuchan la música y así asimilan no solo un concepto que les señalan los artistas o la microeditora, sino que logran entrar en sintonía para

ilustrar sus ideas en dicha obra musical. También permiten fidelizar la comunicación con su audiencia, al colocar de manera sensible y atractiva elementos cuyos significados sean coincidentes con la ideología y personalidad de cada agrupación. Estos modelos colaborativos en la práctica ofrecen un intercambio consensuado de ideas y presupuestos para enriquecer el diálogo entre el artista-diseñador y microeditora, sin embargo, existen casos en donde las decisiones relativas a la estética de una microeditora, así como el diseño gráfico puede realizarse de manera unidireccional, en donde la microeditora marca las pautas entre músicos y artistas visuales.

La integración de artistas visuales y sonoros es una respuesta para la resolución de problemas en grupo, en este caso el diseño de la portada del *release*. (Diego Martínez, Abolipop, 2019)

Subsellos Discográficos

Otra práctica de las microeditoras utilizada como referente de esta investigación es la relativa a la creación de subdivisiones fonográficas con el fin de satisfacer necesidades específicas tanto musicales como estéticas. Entre los rasgos distintivos de estos proyectos es que las subdivisiones presentan nuevos catálogos artísticos para diferenciar la música que usualmente promueven, aunque los artistas puedan ser los mismos y presentados bajo otros alias. Esta manera de colaboración permite que exista más apertura a establecer relaciones con nuevos artistas de otras microeditoras y a mantener como principio de operación de las microeditoras nuevas búsquedas musicales. Destacan en este sentido los casos de Amp Recs, quienes presentan Infra Records, de Nopal Beat, que presentó Antena Discos y Abolipop, con el subsello Suplex.

Los subsellos surgen con la función de “desahogar otras inquietudes musicales que se veían rezagadas” (Chass, Nopal Beat, 2019). En este sentido pude apreciar que las microeditoras marcan una pauta dentro de sus prácticas musicales para utilizar la infraestructura creada y a su disposición con el fin de promover nuevas microeditoras. Nopal Beat, es una microeditora que llegó a un momento importante al firmar un contrato de doce lanzamientos como subsello de la compañía transnacional EMI, en otros términos, Nopal Beat, se convierte en una subsidiaria que ofrecía un catálogo artístico y un producto terminado tanto visual como musicalmente, a pesar de que no se formó originalmente dentro

de la transnacional. Al paso de tres años de haberse constituido, se convirtió en subsello de un corporativo discográfico “major” que funciona mediante la lógica empresarial y logística operacional de las empresas transnacionales. Con ello lograron mayor presencia mediática y una tuvieron a disposición una red de distribución más amplia que otras microeditoras independientes contemporáneas a nivel nacional. Ante la presión de éxito y la escasez de nuevas obras artísticas que poseyeran autenticidad y discursividad (Benjamin, 1989a), los miembros de la microeditora impulsaron la idea de establecer una microeditora “sin identidad mexicana” (Chass, Nopal Beat, 2019), es decir, en esta coyuntura el *acid cabaret* y la hibridación de ritmos latinos con música electrónica se dejó a un lado, para “producir música para competir a nivel global” (Chass, Nopal Beat, 2019), fue así como en el año 2008 nace Antena Records, como una microeditora con otros referentes audiovisuales y una visión distinta que apuntan principalmente al techno minimal.

Otro caso que puedo describir es el de Amp Recs, una microeditora que presenta su catálogo artístico de manera digital, desde su enfoque, crear una subdivisión o subsello como Infra Ediciones, surge de “la búsqueda de otras plataformas especializadas y con otros soportes, en este caso del papel y el tape” (Bolo, 2019)

Abolipop, creó un subsello denominado Suplex, término proveniente en el mundo de la lucha libre profesional para describir un movimiento de ataque ofensivo. El proyecto es presentado de la siguiente manera “Abolipop creó este proyecto en 2009 para seguir lanzando material a pesar de los cambios repentinos en el mercado de la música (incluso independiente), amamos la cultura en general, como consumidores y productores, y estamos abiertos a nuevas plataformas y formatos” (recuperado de: www.suplex.mx, traducción propia). Mediante esta autodefinición del proyecto, se manifiesta la posición ideológica y comercial asumida ante los cambios tecnológicos. El uso de redes sociales y plataformas facilitó a Abolipop, estrategias de circulación y distribución musical del subsello, de esta manera los dispositivos de reproducción fueron los formatos CD, CD-R, cassette, vinilo, y también se incluye en su catálogo otro tipo de proyectos artísticos como la edición de libros. De manera que, la materialidad de la obra artística a la que se refieren Benjamin (1989a) y Gayraud (2019), está en relación a una práctica de producción de dispositivos que se fabrican a partir de múltiples tecnologías con el fin de plasmar una obra artística.

La creación de subsellos, como se describe en cada uno de los tres casos antes

expuestos, refiere a una práctica que otorga un sentido de libertad estética y ausencia de restricciones (Taylor 2012), es decir la búsqueda de sonidos que puedan provocar mayor satisfacción personal.

Analizando los subsellos y las características de sus catálogos se puede constatar que son una válvula de escape para la producción musical que quizá podría ser relegada o que no está totalmente acorde a la orientación estética de ciertas microeditoras, puesto que como hemos mencionado, algunas están definidas a través de la apariencia visual, musical y del tipo de reproductibilidad que ofrecen (Benjamin, 1989a).

EJE ECONÓMICO

Este eje da cuenta de las prácticas que llevan a cabo las microeditoras para la gestión, producción, manufactura y venta de la obra artística. A partir del diseño de estrategias de promoción se establecen planes para financiar los fonogramas de diversas maneras según los tirajes, artistas, formatos de reproducción y tipo de distribución con que se planea cada lanzamiento. A continuación, expondré este eje a partir de cinco categorías que permiten apreciar diferentes aspectos de la dimensión económica de los sellos estudiados, dichas categorías corresponden a: *a) autogestión, b) profesionalización del artista y de la microeditora, c) la monetización y valor económico de la obra artística y d) la distribución comercial y para finalizar e) distribución independiente.*

Autogestión

Una de las estrategias clave dentro de las prácticas de autogestión en las industrias creativas de música popular urbana, -en este caso, las microeditoras independientes- consiste en gestionar, organizar y llevar a cabo otras actividades además de la producción fonográfica, orientadas en buena medida a obtener ganancias económicas para sufragar los gastos operativos de la microeditora. Dentro de estas actividades registré la realización de eventos, exposiciones, conciertos, talleres, presentaciones de discos y fiestas que funcionan para obtener recursos y liquidez para el pago de los dominios de los sitios web, también se incluyen en estas prácticas la visita de otros artistas del catálogo artístico para brindarle promoción al lanzamiento en la ciudad donde radica la microeditora, impresión de publicidad

y la generación de propaganda para los eventos; así como para la elaboración de la publicidad digital en redes sociales vinculada a la promoción del lanzamiento con los correspondientes pagos de honorarios a diseñadores gráficos y a los ingenieros de audio que participan en la producción del evento o de la obra artística.

Estas prácticas están sujetas a otros componentes como son los términos y acuerdos incluidos en el contrato que ofrecen las microeditoras a los artistas que representa. En estos acuerdos se establece de qué manera se llevan a cabo la inversión y recuperación económica, así como los pagos para la manufactura; lo relativo a esta práctica de efectuar y recibir pagos es uno de los aspectos más frágiles de las microeditoras, debido a que se puede prestar a malos entendidos. A partir de la relación contractual, los artistas en todo momento quieren conocer qué sucede con el dinero que se genera a partir de su producción musical; a pesar de dicho interés, sólo en pocos casos logran comprender que la promoción y circulación de la música genera gastos que en muchos casos los artistas no están dispuestos a invertir o pagar. Aquí se encuentra uno de los primeros y tal vez principales conflictos en los procesos de autogestión y tiene relación directa con la confianza que genera el representante de la microeditora y establece la profundidad y eficacia del trabajo que se ha realizado en la microeditora en relación a otros lanzamientos y acuerdos con artistas. A decir de Diego Martínez: “En este caso la inversión y ganancia es un tema delicado, en muchos casos la elección de qué hacer con la ganancia crea conflictos internos” (Diego Martínez, Abolipop, 2019).

Aunque se procure trabajar en términos de transparencia en relación a los gastos operativos de eventos o de las ganancias que genera la obra artística, es común que exista una idea por parte del artista de que cierta parte de las ganancias generadas por la microeditora se utilizan para comprar equipo de producción o para pagar la renta de un estudio o de la casa en donde habita el director, inclusive se tiene la idea que se puede vivir a través de las ganancias de la microeditora, sin embargo, en esta investigación ninguno de los directivos ha afirmado que puede “vivir” de las ganancias de las microeditoras. Como he mencionado, estas ganancias o un porcentaje de las mismas, en la mayoría de los casos, la microeditora los reinvierte en diversos aspectos de sus prácticas operativas como pueden ser otros lanzamientos, incluyendo procesos como la grabación, mezcla, masterización y manufactura. Al respecto, Javier Audirac señala, sobre su experiencia en Happy Garlic:

Pues la verdad no fue negocio. O sea, los discos se vendieron varios, regalamos otros, o sea más bien fue un gusto el hacerlo. Ya cuando se tornó un poco tedioso o ya estábamos buscando otras cosas tanto los artistas que estaban en su momento en el sello, como yo en lo personal, pues decidimos terminar la relación laboral y pues yo también cuando vi el momento que dije: “Bueno, esto no es rentable”; digo afortunadamente tuvimos varios patrocinadores, algunos apoyos de la Dirección de Cultura del Municipio de Guadalajara. Nos apoyaron y pudimos sacar dos discos gracias a ellos, entonces digo, ya cuando nos empezamos a involucrar en otras cosas fue donde dijimos: “hasta aquí llegó Happy Garlic”, y no hubo como un evento que despidiera el sello, nada más decidimos dejar de hacerlo, pero a la fecha la gente recuerda con mucho cariño estos proyectos y yo en particular tengo muy buena relación con toda la gente que trabajó en el sello todavía. (Javier Audirac, Happy Garlic, 2019)

Estos y otros factores inciden en el proceso de confianza que le otorga el artista a la microeditora y a su representante, pero también a partir de la experiencia, muchos optaron por agruparse dentro de las prácticas *do it yourself*, donde se rescata la importancia de trabajar sin límites e imposiciones tecnológicas y estéticas, puesto que es usual colaborar en redes de trabajo en función de la producción de la obra artística. Esta práctica autogestiva para la producción musical independiente es fundamental puesto que la cooperación monetaria entre microeditora y artistas, y la circulación de música gratuita, colocan a muchas microeditoras como proyectos que promueven música sin fines de lucro. Desde luego no dejan de reconocer la importancia de llevar a cabo dichos proyectos como modelos de negocio que apuntan a la autosustentabilidad de cada uno de los lanzamientos. Sobre este aspecto, lo expuesto por Ricardo Damage, aporta un punto de vista ilustrativo:

Ahora sí que actualmente la escena musical cambió totalmente desde hace ya casi 10 años - a mí me tocó a finales de los noventas todavía grabar música del radio, en cassettes. ir por cassettes piratas, quemar cd's, tocar con cd's, tocar con vinilos, comprar vinilos, importar vinilos, exportar cd's porque también editamos en discos el material en físico y pues ya todo eso quedó super atrás; ahora el esquema de la música cambió totalmente, ahora es una pirámide donde las plataformas de distribución se encargan de llegar a todos los canales y ahora más bien lo que rifa son como las reproducciones, las regalías mecánicas – dónde te oyen, quien te toca y hay organismos que se encargan de recolectar todas esa regalías y

hacerlas llegar a los artistas – pero es todo un proceso y mucha gente no lo tiene muy claro – hay muchas fugas de dinero porque muchos artistas o no tienen registrado correctamente su material o no están con una disquera que les ofreció un *deal* preciso pues – entonces ahorita es un tema precisamente todo eso del dinero y ahora sí que es tema para una charla muy extensa porque sería hasta como para un seminario (risas) (Richard Damage, Techkilla Records, 2018)

Así pues, sobresalen dos elementos que quiero destacar, el primero es que parte de las decisiones que se efectuaron para la producción del material discográfico en las microeditoras analizadas fue mediante colaboración y consenso entre microeditoras y artistas. De esta manera y cualquiera que pueda ser el resultado de los acuerdos, el factor económico es fundamental para la materialidad de la obra artística (Benjamin, 1989a). En la mayoría de los casos las microeditoras reciben propuestas musicales donde es muy probable que los artistas se vean en la necesidad de invertir en la promoción y financiamiento de la obra artística, en algunos otros casos el acuerdo que ofrece la microeditora es financiar la promoción de la obra artística, como ocurre en Amp Recs, donde el catálogo artístico se encuentra disponible en Internet y se descarga de manera gratuita, por lo que por este motivo no existe una práctica de dar cuentas económicas a los artistas, aunque sí es deseable dar a conocer de manera regular el número de descargas o reproducciones en *streaming* que han tenido cada uno de los artistas.

El segundo elemento, que quiero destacar es que la práctica del financiamiento para la producción de la obra artística también se obtiene en ocasiones mediante proyectos de gestión o de apoyos institucionales. En cuanto a Abolipop y Happy Garlic, ambos sellos cuentan con producciones fonográficas en formatos físicos que han sido financiadas a través de programas de promoción artística y becas estatales; a pesar de ello, desde su visión, plantean y aluden que las prácticas que llevan a cabo están dentro de los parámetros de lo independiente. Otra práctica destacable tuvo lugar con Nopal Beat, al lograr el apoyo de la transnacional EMI para la producción de doce lanzamientos, mientras que en Abolipop, obtuvieron financiamiento para la promoción y la manufactura de algunas obras artísticas a través de la empresa Bons Records.

Estas caras en apariencia contradictorias que se presentan en las microeditoras ofrecen cierta confusión en torno a la definición y descripción pragmática de lo que se

considera autosustentable y *underground*, es decir, en la clarificación de hasta qué punto las microeditoras ofrecen en sus planteamientos la autogestión como una ideología que respalda su modelo laboral independiente. En lo concreto y cotidiano de las microeditoras analizadas podríamos entender que la ideología *do it yourself* reta de alguna manera las maneras de la producción fonográfica comercial y también señala al Estado como el benefactor y mecenas principal de la obra artística, de manera que, si el Estado es quien regula el presupuesto y algunos espacios para la promoción artística, podemos concluir que hay una práctica de capitalización de la cultura urbana a través de patrocinios o de diversos apoyos que se otorgan a ciertas ramas artísticas, en este caso la música en el AMG.

De muy diversas maneras y en una escala no siempre perceptible, la industria independiente representada por microeditoras, forma parte de la fuerza económica activa en el AMG. Algunos entrevistados están de acuerdo en que es necesario descentralizar la industria del entretenimiento donde, según su consideración, “erróneamente está instalada la industria musical” (Diego Martínez, Abolipop, 2019). La autogestión se puede describir mediante diversos modelos de organización económica, pero también se rige por un modelo que puede ofrecer los recursos que hay disponibles para realizar una producción musical o evento. Manuel, de Poat Records señala: “esto es lo que hay y esto es lo que podemos ofrecer” (Manuel Printzen, Poat Record, 2019)

Pues, creo que finalmente todo es con nuestros recursos. Es un sello independiente en su totalidad, todos los que colaboramos, pues tenemos de alguna manera otro tipo de ingresos relacionados a esto ¿no? Digo, en mi caso también hago un poco de audio comercial u otras cosas relacionadas a esto que sé usar, que sé manejar, no necesariamente música, no necesariamente dj set o conciertos o lo que sea; entonces eso, pues todos tenemos que pues verle por otro lado y para financiarlo finalmente, creo que no nos cuesta invertir en esto porque sabemos que se regresa y no necesariamente se dupliquen las ganancias, entonces por eso, pues ganas mucho haciendo *stickers*, pues son baratas, pero el hecho de que las puedas estar pegando por ahí y regalándolas a las personas para que las tengan en su compu o lo que sea, como una presencia chida y no por decir: “ah estoy en todos lados” ¿no?, pero de alguna manera es un negocio y pues tiene que salir de esto, no nada más hay que invertir por otros lados y pues creo que estamos ahorita en un punto en el que al menos las cosas que hacemos las pensamos para que sean, para que se paguen solas. (Manuel Printzen, Poat Records, 2019)

Como componente central del eje económico, la autogestión conlleva entre otras prácticas sustantivas; formas específicas de gestionar, acceder, habitar y relacionarse con la música como materia orgánica y objeto de consumo en la vida social. Todo lo cual implica para las microeditoras del AMG, el agenciamiento tecnológico vía dispositivos, equipos y formatos, el afianzamiento y posicionamiento de códigos estéticos mediante exploración y elección de estilos y agrupaciones, y, sobre todo, la participación por parte de los músicos en la gestión de la propia obra. En la autogestión está en juego una dimensión que trasciende lo operativo, esta práctica tiene que ver con un modo de sobrevivencia, de ubicación y de posicionamiento que pretende una sostenibilidad económica mediante estrategias para establecerse dentro de un circuito hecho a la escala de las necesidades y posibilidades de los participantes.

Profesionalización

La práctica de la profesionalización tiene relación con dos elementos, el primero ligado a los procesos destinados a la cualificación y profesionalización de todas las actividades que se desempeñan alrededor de la producción musical que implica, la profesionalización del artista, de la obra artística y de la microeditora. El segundo elemento tiene que ver con la profesionalización como un conjunto de actividades laborales puntuales, en particular aquellas que permiten acceder a una retribución económica.

Cabe señalar, que como he mencionado en el subapartado relativo a la autogestión, entre los entrevistados no hay ningún director o representante de la microeditora que con los ingresos de ella resuelva sus gastos personales como renta de un inmueble para vivir, la compra de despensa, actividades de ocio, transportación, etc. Los directivos de Happy Garlic, Techkilla Records, Poat Records y Amp Records, describen la actividad de dirigir y coordinar una microeditora más que como una actividad profesional de manutención, como un *hobby* o gusto personal, en tanto que dicha práctica en un principio es por colaborar y por el interés propio de hacer crecer este tipo de proyectos, artistas o escenas. En un sentido contrastante en Nopal Beat y Abolipop, esta práctica de profesionalizar tanto la música como las actividades que se generan de la microeditora tiende a perfilar una actividad que exige cierto nivel técnico y laboral para llevar a cabo dichas prácticas de producción musical y circulación de la obra artística. En ambos casos, podemos señalar que la profesionalización abarca entender las maneras en cómo se realizan las prácticas de producción musical, y en cuyos

objetivos está alcanzar la autosustentabilidad económica a través de la producción musical. En este último punto hay que resaltar que no todos los artistas y microeditoras han tenido las mismas oportunidades económicas como tecnológicas para llevar a cabo sus prácticas.

Otro elemento que surge de la categoría de la profesionalización es el referente a que en la mayoría de las ocasiones no se pueden desarrollar proyectos sustentables debido a que los artistas o las microeditoras están situadas o utilizan espacios para audiencias reducidas, esto perjudica a la realización de algunos eventos o fiestas, puesto que ante una audiencia reducida no se puede formalizar un vínculo de promoción. Sobre todo, porque el AMG, no es un contexto que a lo largo del período estudiado genere recursos económicos considerables por ventas de los fonogramas promocionados por las microeditoras.

Las microeditoras, según hemos observado a pesar de ser proyectos que económicamente son autosustentables para financiar algunas prácticas internas y que los artistas se presentan como productos comercializables, ninguna microeditora otorga pagos a sus directivos o representantes; de hecho, a nivel profesional, el puesto de director de la microeditora o la condición de artista de una microeditora, no es sinónimo de actividad laboral profesional, puesto que muchas actividades se resuelven no a través de protocolos y criterios de actuación estandarizados sino mediante la espontaneidad y colaboración en grupo y vía las decisiones en colectivo. Este panorama de la vida de las microeditoras y sus integrantes, fortalece una conclusión reiterada: financiar a cada uno de los integrantes de la microeditora resulta difícil y cuestionable en un ambiente donde permea la idea de independencia, donde la autonomía supone escasas ataduras a convenciones y por lo tanto la práctica de hacer las cosas uno mismo es una ideología que unifica al colectivo de personas que colaboran en la microeditoras y le da sentido a la práctica de la producción musical.

Monetización y Valor de la obra

Otra de las categorías destacable en el eje económico, es la referente a la monetización de la obra artística obtenida mediante la reproductibilidad (Benjamín, 2013). Para abordar este componente del hacer funcional de las microeditoras, es indispensable señalar que existen varios factores para la asignación del valor de la obra artística, entre ellos destaca que existen precios estipulados por distribuidoras tanto físicas como digitales, otro factor es que hay sitios como *bandcamp.com*, donde los usuarios pueden elegir el precio que desean pagar por

la música que van a descargar, mientras que Itunes ofrece otro tipo de precio y pago por la compra y reproducción. Otra forma de asignar el valor de la obra es el que se estipula de manera directa entre la microeditora y los artistas. Debido a la variedad de posibilidades para la asignación del precio del producto fonográfico, se estipulan en primer lugar los costos relativos a la inversión para la manufactura, envíos y embalaje, y con este dato decisivo, considerar un rango de ganancia para la microeditora y el artista.

Dentro de la categoría de profesionalización, está la realización de contratos. Es frecuente que, de común acuerdo, artistas y microeditora, establezcan un contrato laboral, con todo tipo de acuerdos, desde los que avalan los pagos por regalías de reproducción en plataformas digitales o por la venta de fonogramas, licencias por el uso de la música en plataformas digitales, hasta la exclusividad del lanzamiento en el catálogo artístico. Estos aspectos importantes se colocan en la mesa de negociación para determinar qué tipo de relación es viable mantener entre el artista y la microeditora. En contraparte, otro de los factores determinantes en la monetización y valor de la obra artística estructuralmente relacionado con la circulación de la música de forma gratuita y con la posibilidad de libre descarga para los consumidores interesados. Este tipo de actividad que fue recurrente en plataformas como MySpace y Soundcloud, y ahora actualmente lo es en Bandcamp, y han sido determinantes para la promoción de la música independiente en varias escenas musicales (Hesmondhalgh, Jones & Rauh 2019). La aparición de netlabels fue una práctica que se desarrolló en el AMG con la aparición de Techkilla Records, que consideró el uso del Internet como una opción para la promoción del artista y dio lugar también a que se empezaran a habitar diversos espacios en la web. Al respecto, Richard Damage señala:

Desde que surgieron los netlabels surgió el cambio, ahora la música ya no la tienes que comprar, ya está arriba, ya la puedes subir, ya la puedes bajar y reproducir, la puedes tener, la puedes regalar, la puedes copiar la única regla era que, pues no te la apropiarás pues, o que no la modificaras o si lo hacías pues necesitas un permiso escrito entonces eso fue gracias a las licencias de Creative Commons que gracias a eso un chorro de gente también pudo salir a la luz, gente que nunca tuvo oportunidad de un contrato con una discográfica mediana o grande, pues tuvo la oportunidad de salir a la luz directamente y ahí vienen un buen de artistas que están sonando ahorita, (Richard Damage, Techkilla Records, 2018)

De forma que, mientras algunas microeditoras apostaban por la venta de la obra artística, otras más apostaban por la circulación gratuita; ambas estrategias tenían como último fin la puesta en práctica de la promoción artística. Para Abolipop y Nopal Beat, la práctica de la venta de la obra artística es importante en tanto les funcionó como mecanismo para realizar una valoración sobre el desempeño del artista en los canales de distribución; en esa lógica también los datos recabados en cuanto a índices de ventas otorgan certidumbre sobre la real proyección económica que brinda cada lanzamiento. Asumida esta práctica, es utilizada para establecer de qué manera se toman las decisiones entre la microeditora y el artista; y propiciar, por un lado, la estimación de un precio para la obra artística y por otro, la determinación sobre en cuál dispositivo de reproducción es conveniente invertir económicamente para efectuar el lanzamiento y la campaña de promoción. Como se ha constatado, no existe un precio regulado o estandarizado en cuanto al valor de la obra artística, pero sí se pueden detectar modelos de distribución que plantean mayor ganancia para las tiendas que para las microeditoras. De manera aproximada, en la actualidad en el AMG, se encuentran precios de acuerdo a los distintos formatos, por ejemplo, un EP en cassette desde 150 pesos, un CD por 80, 100, 120, 150, 200 y 250, y vinilos en 750 pesos. En cuanto a los precios por reproducción de formatos digitales, estos varían según la plataforma y el tipo de cambio de dólar en relación al peso, en el caso de *Spotify*, .026471 centavos por reproducción, YouTube, .018122 y *Deezer* ofrece 0.199449 centavos.

Las diferentes prácticas de producción de la obra artística implican de igual manera la existencia de una banda amplia de diferentes precios para su consumo. En este sentido un elemento interesante para abordar es el consenso entre las microeditoras y ciertas distribuidoras interesadas en promover la música que tienen precios establecidos como: 39 pesos, 3.99 dólares, 7.99 dólares, 10.99 dólares, cantidades que sirven para intentar un precio en común, sin embargo, tanto las microeditoras como los artistas poseen otra cantidad de fonogramas que no están en circulación a través de la distribuidora, lo cual permite que la obra artística se pueda vender al mismo precio que en las tiendas físicas mediante los conciertos, sin tener una retención por gastos de distribución o también que la obra artística sea más barata o más cara según las unidades con que se disponga en el momento de la venta, esta relación depende de la cantidad de fonogramas que tenga en posesión el artista y que está pautado en algunas de las cláusulas de quienes efectúan contratos por manufactura y

distribución de la obra artística. En ocasiones las microeditoras prefieren otorgar cierto número de discos al artista con el fin de no tener una relación económica, puede darse el caso de 20,100 hasta 300 unidades.

Otros dispositivos han aparecido a mediados de la década del 2010, como el USB Flash Drive o la SD CARD, este tipo de dispositivos de almacenamiento tienen relación con tecnologías digitales que pueden reproducir *mp3*, *mp4*, *.wav*, *.aiff* o *.mov* para agregar contenidos audiovisuales. Estas otras formas de proponer, distribuir y vender la música, también están sujetas a la demanda. Con ediciones limitadas, mediante diferentes formatos con mayor expresividad en la comunicación de las ideas, texturas, formas y tamaños en el diseño, las microeditoras combinan elementos clave para ofrecer una obra artística de calidad y a precio accesible. Es importante destacar que la actitud de editar música en algunos formatos y subgéneros hace que la inversión económica refleje la conjunción de objetos gráficos y sonoros como piezas separadas y también ensambladas como producto final, puesto que existe cierto fetichismo en el consumidor por los formatos.

En Nopal Beat, la experiencia de trabajar bajo los esquemas de producción de una empresa transnacional trajo consigo situaciones de malestar entre los artistas y la microeditora, principalmente por cuestiones de pagos y repartición económica entre los socios de la microeditora y los artistas. Otros artistas de la microeditora, alcanzaron cierta fama, como es el caso de Sussie 4, quienes obtuvieron contratos directos de otras empresas discográficas. De tal modo que, se puede observar que algunos artistas no llegaron a vender lo suficiente para mantenerse en el ámbito profesional, otros más siguieron trabajando para obtener mejores y favorables resultados, aunque en palabras de Chass: “la exigencia económica, creativa y laboral resultó en un proceso cansado y sin mucha retribución” (Chass, Nopal Beat, 2009). Los tratos internos entre los artistas y Nopal Beat, y entre Nopal Beat y EMI, acabaron por debilitar las condiciones estéticas y laborales, puesto que el sonido se fue tornando cada vez más complaciente, apegándose a una estética pop y fuera de toda experiencia ácida de un cabaret, este tipo de dobles contratos ocasionaron muchos conflictos laborales para los artistas y la microeditora.

En contraparte al caso anterior, se puede apreciar el involucramiento personalizado relativo a la venta y producción musical en el sector independiente mediante una de las prácticas más reiteradas: el trabajo *handmade* del diseño del empaque. Esta actividad puede

transformar a los fonogramas en auténticos objetos de colección; como resultado de la gran inversión del tiempo y trabajo con las manos y no de manera industrializada en la producción de ciertas obras artísticas. En relación a lo anterior, Manuel Printzen señala:

la presencia va haciendo que poco a poco inconscientemente te conozcan de alguna manera y existas y eso pues va hacer que puedas seguirlo manteniendo que puedas ofrecer cada vez mejores productos y venderlos a precios más acordes con lo que estás vendiendo no?, yo creo que sería, aunque sí chido, pero difícil decir - “Ok, voy hacer un tiraje de vinilos” – pues a la mejor no se te venden el 10% de lo que haces en su momento, a la mejor si, no sé pero creo que todo es progresivo como de paso a paso, si vamos hacer un tiraje de algo, se cumple se paga y hacemos otro y pues si básicamente es de nuestra bolsa todo [...] (Manuel Printzen, Poat Records, 2019)

Para la monetización de la obra artística, existe una práctica piramidal donde hay una cadena de valor en la que se inserta la obra y que está determinada por los agentes que participan en ella. Cuando nos referimos a Spotify, Bandcamp o YouTube, estas plataformas trabajan bajo la incorporación de algoritmos que pueden determinar las posibilidades de generar dinero vía la cantidad de reproducciones. Dichas plataformas envían el pago de estas reproducciones a través de la plataforma *Paypal*, esto quiere decir que existe otro agente que obtiene ganancias económicas por la reproducción de la obra simplemente por ofrecer un servicio de pago entre la plataforma y la microeditora. Esta condición obliga a la microeditora a tener una cuenta activa de banco para que este dinero le sea depositado. En el contexto de México, estos cálculos y transacciones son realizadas en dólares por lo que el pago que asigna al banco en que tiene la cuenta la microeditora, está supeditado por el tipo de cambio de divisa al día de cobro. Estos elementos involucrados y en todo caso cambiantes son necesarios para comprender el sentido de la práctica de la monetización y de las diversas estrategias para establecer el valor de la obra artística. Habría que añadir que los artistas en muchas ocasiones no tienen la paciencia -o el conocimiento puntual- para llevar a cabo estos procesos e irremediabilmente acaban subiendo la música a las plataformas digitales de libre acceso, perdiendo la posibilidad de obtener alguna remuneración.

Trabajar con plataformas en Internet que permitan la venta y la libre descarga de música, tiene como consecuencia valorar de qué manera se obtiene la producción sonora

tanto en términos del objeto terminado como un fonograma que incluye diseño gráfico, estrategias de posicionamiento y el valor incalculable del tiempo dedicado. La panorámica aquí delineada sirve para constatar que hay modelos que tienden a ser accesibles para que logren competir con otra música en la red y en el mercado. Por último, es indiscutible la dificultad para recuperar las inversiones económicas en las producciones musicales y estas en la mayoría de los casos suelen ser un riesgo que deben afrontar las microeditoras para sobrevivir en el sector de la producción musical independiente.

Distribución Comercial

Las microeditoras Abolipop y Nopal Beat, establecieron prácticas para profesionalizar tanto la producción musical como las actividades laborales en relación a su colaboración con sellos discográficos “mayor” y otras distribuidoras; esto propició que la música estuviera sujeta a decisiones de inversión económicas y de estrategias estandarizadas de distribución.

En Abolipop, el material fonográfico que se distribuyó consistió principalmente en tirajes de miles de discos compactos. ProDisc, fue una distribuidora comercial a nivel nacional que logró concretar diferentes puntos de venta no tan comunes para productores mexicanos de música electrónica; estos puntos de venta fueron principalmente tiendas de autoservicio, tiendas especializadas en discos Mixup y Sanborns. Entre el catálogo de ProDisc, se encontraba una subdivisión llamada Bons Records, fundada en el año 2004 y dirigida por Uriel Waizel y Miquel Canals, dicho proyecto estaba destinado a promocionar artistas de otras microeditoras de música electrónica en México, como el caso de Nimbostatic de Tijuana, quienes promovieron entre su catálogo artístico música de ex miembros del colectivo Nortec, como Terrestre y Plankton Man. Bons Records también incluyó la participación de Discos Konfort de Ciudad de México, con artistas como Wakal y otros proyectos individuales como el caso de Telefunka de Guadalajara. En este sentido Bons Records, recolectó subgéneros de electrónica experimental y subgéneros minimalistas con la microeditora Abolipop, esta colaboración fue una decisión que no rindió frutos para distribuidoras como ProDisc, puesto que había cláusulas que especificaban como primordial labor la venta de discos.

Abolipop pasó de trabajar con tirajes de 300, 500, 1000 unidades a 5000 unidades, esta presión en ventas y modelos de distribución determinó para muchos artistas de la

microeditora una presión creativa y que va en contrasentido al planteamiento de Taylor (2012), puesto que la libertad estética que poseían la perdieron al paso del tiempo al no lograr vender esas 5000 unidades, motivo por el que ProDisc decidió que era un riesgo tener discos sin vender y terminó por finalizar su relación con Abolipop. La ventaja obtenida a partir de la estrategia seguida por Abolipop, radica en que otro tiraje de los lanzamientos era destinado a la distribución a nivel internacional realizado por la distribuidora estadounidense Darla Records, quienes tenían consumidores más especializados en ciertos subgéneros musicales.

Este fenómeno también sucedió con Nopal Beat, que, ante la escasa respuesta de venta de sus fonogramas por EMI, optó por diseñar e implementar estrategias de promoción que iban en contrasentido de muchas prácticas e ideologías del proyecto original de la microeditora, una de estas actividades eran presentaciones a las doce del día en el centro comercial Mundo E, de la Ciudad de México. Finalmente, no se lograron resultados positivos con las estrategias planteadas y ello derivó en una ruptura entre la microeditora y la empresa transnacional. Este tipo de relación basada en la respuesta satisfactoria considerada a partir de la venta de los fonogramas terminó por desaparecer a muchos artistas, puesto que nunca se logró establecer una estrategia de promoción para la música que producían y tampoco estaba muy clara la noción de a qué tipo de circuitos musicales pertenecían. Es claro y eventualmente provechoso que la inversión económica de las transnacionales también propició que muchos artistas fueran colocados en espacios radiofónicos, eventos y puntos de venta a nivel comercial que de otra manera hubiera sido más difícil conseguir de manera independiente. Este juego entre lo independiente y lo masivo, el uso de infraestructura mediática y la proyección a gran escala conforman mediante los casos analizados, un conjunto de prácticas que en el sentido de sus propias intenciones y motivaciones perjudicó más que generar beneficios a las microeditoras.

Distribución Independiente

En las microeditoras Amp Recs, Techkilla Records, Poat Records y Happy Garlic, los modelos de distribución y las estrategias para colocar la obra artística en diferentes puntos de venta fueron prácticas que conllevan constancia y rigor en el diseño del plan de colocación de la obra, e inversión económica, lo cual significa la elaboración planes que asuman los tiempos y modos en que se deben de realizar dichas actividades de forma organizada,

asequibles tanto desde la contabilidad financiera como en las actividades ordinarias de logística para hacer llegar los fonogramas a diferentes tiendas y lugares. En la distribución independiente, por mencionar un pequeño, pero decisivo aspecto de esta práctica, es indispensable asignar un presupuesto para la transportación y los envíos. Otro elemento coincidente en las microeditoras analizadas, es que la obra artística se distribuía al público a través de la venta y circulación de mano en mano. Así, los mismos artistas poseen un cierto número de copias para realizar las ventas.

Una de las primeras herramientas que se usaron en las microeditoras, fue el envío de los productos vía correo postal; este medio de comunicación permitió que se agregaran además del producto -disco, cd- otros objetos promocionales tanto de la microeditora como de los artistas, por ejemplo, fanzines, tarjetas postales y *stickers*, estos agregados servían para establecer un vínculo más cercano con el público y reforzar el interés, pero sobre todo la identificación de la propuesta estética. Otras microeditoras seguían la estrategia, más convencional de colocar productos en tiendas, restaurantes y boutiques a través de la práctica de la venta a consignación, donde se establece que las ganancias serán pagadas cada cierto tiempo, mientras tanto la obra artística está disponible en los establecimientos; solo es al paso del tiempo que se logra conocer si el artículo generó ventas y de no ser así se retira del establecimiento.

En el ámbito nacional una de las pocas y la primera empresa dedicada a la distribución de música independiente, fue Opción Sónica⁸⁰ que funcionó desde el año 1987 hasta el año 2003. Dicha empresa a través de la búsqueda de artistas de diversos géneros y subgéneros de música alternativa, -rock, hip hop, música electrónica, ska, surf, reggae entre otros- se instaló en la preferencia del público mexicano y en muchos establecimientos, es el caso de la cadena de tiendas de discos Mixup y en el Tianguis del Chopo; este suceso elevó las posibilidades de la promoción y actuó como detonador de una mayor profesionalización musical. Principalmente Opción Sónica, distribuía discos compactos, el modelo de coinversión entre artistas, microeditoras y Opción Sónica, permitió realizar un catálogo diverso y con mucha calidad artística. Entre los logros alcanzados por Nopal Beat con Opción Sónica y Abolipop con Noise Kontrol, fue que establecieron una estrategia de manufactura en pequeña escala. Se puede considerar que cuando muchas empresas consideraron flexibilizar el proceso de la

⁸⁰ Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Opci%C3%B3n_S%C3%B3nica

manufactura de discos compactos y abrir sus puertas a artistas independientes, por consiguiente, sellos discográficos y microeditoras pudieron realizar tirajes reducidos de 300, 500 y 1000 unidades. Durante estos años, del 2002 al 2009, se encuentran muchas producciones de carácter independiente, no solo en las microeditoras abordadas en esta investigación, sino también a escala nacional.

Entre la práctica de distribución independiente se encuentra la idea que editar un fonograma por primera vez implica para los artistas la experiencia de pertenencia al circuito musical, en palabras de Diego Martínez conlleva a “la posibilidad de existir en el aspecto comercial y competir con artistas del género y otros niveles internacional y nacional, elementos como el UPC (código de barras), o que el disco se encuentre cerrado ya se considera como una producción seria y profesional”. (entrevista, Diego Martínez, 2019)

Síntesis del capítulo

A continuación, profundizaré en prácticas en las que confluyen los tres ejes de estudio: tecnológico, estético y económico, así intentó, a través del análisis, colocar algunas particularidades y elementos relacionados entre sí para dar cuenta sobre la complejidad de las dinámicas imbricadas en el fenómeno de las microeditoras en el Área Metropolitana de Guadalajara.

En la confluencia del eje estético y tecnológico, las microeditoras en tanto industrias creativas de música popular urbana; producen bienes simbólicos mediante la circulación de fonogramas que en algunos casos se mercantilizan y en otros casos se distribuyen de manera gratuita ya sea de manera física o digital. Conviene advertir en esta doble perspectiva adoptada, que las microeditoras usan e intercambian modos de producción y circulación que obedecen a lógicas inversas. Una, guiada por los valores de la independencia, la autonomía y el desinterés que rechaza la “economía convencional impuesta por las empresas transnacionales” (lo comercial) y otra, que requiere plantearse objetivos monetarios y lograr el beneficio “económico” a corto plazo, al mismo tiempo que orienta la producción hacia la acumulación de capital simbólico y genera su propia demanda de mediano y largo plazo. Al interior de estas prácticas, una rama importante para la producción musical apunta a los modos en que asumen la transformación y producción de instrumentos musicales virtuales, digitales y análogos, y cómo incorporan *software* y plataformas digitales para la exposición

y venta de los materiales producidos. Conviene contextualizar que desde la década de los ochentas y hasta la fecha, la síntesis del sonido⁸¹ desplazó a otros instrumentos acústicos y eléctricos mediante el empleo de las cajas de ritmos, *samplers* y sintetizadores. Muchos de estos “nuevos” recursos que se empleaban eran “predeterminados” por las máquinas, es decir, que ya contaban con ciertos sonidos. Así, las diversas vías de apropiación de tecnologías trajeron consigo debates tanto estéticos como técnicos entre músicos, productores, críticos, académicos y consumidores que pusieron en tela de juicio las fronteras de la originalidad al hacer uso de herramientas digitales. Aunque es irrefutable que los aportes tecnológicos en la industria musical son centrales para expandir las posibilidades estéticas, esta confluencia hace evidente diversos aspectos problemáticos no exclusivamente sobre el uso de la tecnología sino su rol fundamental como dispositivo de experimentación en la creación musical.

Otra vinculación relevante entre tecnología y estética tiene que ver con las prácticas de registro y de producción musical. En este apartado es necesario señalar que un nuevo paradigma de articulación surgió cuando circuló en Internet información espontánea, donde usuarios amateurs, semiprofesionales y profesionales hicieron uso de información asequible sobre diversos modos de dominar técnicas y tecnologías útiles para llevar a cabo producciones de diferentes subgéneros musicales. Así, paulatinamente, se adoptaron de manera colectiva otras formas de acceso a la creación musical que derivaron en la posibilidad de nutrir la red mediante sitios web que ofrecen catálogos artísticos de manera legal y gratuita. Se confirma, desde varios planos de análisis que la libre circulación de información repercute en las prácticas de creación musical a corto, mediano y largo plazo.

En este periodo del 2000 al 2020, se consolidó el uso de la tecnología como actividad que conlleva una actualización cognitiva continua de los productores musicales; y que son dichos productores los que con el tiempo han cambiado las maneras y herramientas para producir música.

Un elemento más de confluencia tecnológica y estética, vinculado con las formas de reproducción. La producción musical que se promueve a través de dispositivos tanto físicos como digitales, cada uno otorga diferente materialidad a la obra artística. Esto consolida la

⁸¹La producción de sonidos absolutamente nuevos obtenidos por la superposición o la amalgama de sonidos puros es un proceso denominado síntesis aditiva.

idea de una de las intenciones esenciales de la producción musical de la microeditoras del AMG, la libertad, aquel posicionamiento que posibilita nuevas relaciones entre los sujetos y la obra artística desde la autonomía creativa, proponiendo otras formas de interacción de y con la música. Por un lado, los formatos físicos incluyen espacios destinados a la proyección visual de la obra artística con un abanico de propuestas simbólicas mediante la portada, empaque y soporte ya sea vinilo, cd o cassette. Puedo constatar que, en la actualidad, se trata de capturar con mayor énfasis la intención de la producción musical profesional, mediante la producción de dispositivos elaborados tanto de manera artesanal o industrializada. En el mismo plano, recordemos que este esfuerzo tiene condiciones y costos, producir música en cualquiera de estos formatos físicos conlleva una inversión económica que no muchos están dispuestos a pagar y optan por utilizar el ciberespacio para la distribución musical. Estas dos maneras de distribuir música en el siglo XXI, aún generan posturas nostálgicas, puesto que para algunos la dificultad y tiempo invertido en subir música a las plataformas digitales hace 15 años ahora es un acto sencillo debido al ancho de banda con el que contamos para la transferencia y descarga de archivos.

El Internet, se ha convertido en el espacio predilecto de interacción entre público y microeditoras, entre microeditoras con otras microeditoras, entre los artistas y las microeditoras, y finalmente entre el público y los artistas. Como hoy sucede, Internet de banda ancha ofrece la velocidad necesaria para adquirir música en formatos mp3 en la web; de igual manera las plataformas P2P han generado multitud de portales virtuales de venta de música legal. Es necesario subrayar que para describir la transformación de la industria discográfica (y el lugar que en ella tienen las microeditoras), ésta requiere ser contextualizada desde los vertiginosos dinamismos de la multimedia y la convergencia, del incremento de la portabilidad y la vigencia de los sistemas P2P, que a lo largo del período que contempla esta investigación han cambiado la manera de concebir la música.

Así pues, el siglo XXI, se ha distinguido por la facilidad de editar música en diferentes dispositivos tecnológicos, en los que indudablemente se advierten rastros de elementos del pasado, pero que son virtual y físicamente transformados con las diversas herramientas que otorga el presente. La variedad de costos de las obras artísticas muestra que no todas las microeditoras analizadas ni sus músicos generan ingresos similares por la venta de música. Aunque no hemos ahondado en este inevitable desfase y las prácticas

diferenciadas que comporta, ha de tomarse en consideración ya que es un componente cada vez más determinante de los comportamientos operativos y de las trayectorias de las microeditoras. Vínculo esta conclusión a un elemento predominante que actúa como núcleo aglutinante de las prácticas referidas en esta investigación: la mayoría de las microeditoras trabajan, colaboran y se reconocen mediante una ideología independiente y en otros casos se nombra el término *DIY, do it yourself*, para percibirse como capaces de realizar diversas prácticas de producción desde musicales hasta de gestión.

La ideología *do it yourself*, sirve como un término que en las prácticas concretas tiene una implementación plural al agrupar ideales colectivos y cuyo trámite, de acuerdo con los registros de la investigación, se puede caracterizar reconociendo la necesidad de las microeditoras de incentivar redes de trabajo y emprendimiento colaborativo que se consolidan a través de la autogestión y la creación de obras artísticas. Re-significado así, el término independiente es sinónimo de prácticas de producción donde el consenso es primordial para diseñar estrategias de producción cultural no solo mediante la inversión económica, sino como un procedimiento con el cual se logra decidir libremente en grupo y establecer acuerdos que tengan relación con los aspectos de la proyección visual y diseño gráfico de la obra artística. Lo que posteriormente se lleva a la manufactura y se obtiene en última instancia como fonograma es, en otras palabras, reflejo de un largo proceso de prácticas y modelos únicos de producción, puesto que la diversidad de artistas y subgéneros involucrados da como resultado una amplia gama de posibilidades para su promoción y representación visual. En este sentido, la unicidad de la obra artística dentro de los catálogos artísticos de las microeditoras permite revelar que hay un abanico abundante de subgéneros musicales que se producen en el AMG.

En relación a la vinculación entre lo económico y lo estético; hay coincidencia en lo que significa en el entorno del AMG esa independencia. Las estrategias que utilizan muchas microeditoras convergen en la obtención de apoyos e incentivos económicos por parte de instituciones culturales y empresas privadas, esto les permitió plantear alianzas con distribuidoras para promoverse a mayor escala y a un mayor público. Otras microeditoras a través de las redes sociales lograron internacionalizar las producciones musicales lo cual contribuyó en el largo plazo a colaborar con artistas y, un factor clave para las microeditoras,

es tener una noción consistente y organizada de los espacios en donde se vende o se puede vender la música. Para muchas microeditoras pertenecer a una distribuidora física o digital, beneficia su imagen y para los artistas resulta más atractivo conocer con claridad cómo es el proceso de la venta y la promoción desde otros países. Puedo confirmar que las microeditoras han ido variando la modalidad operativa para llevar a cabo sus metas a través del seguimiento detallado de su catálogo artístico, estos cambios son perceptibles a través de ajustes estéticos en los elementos gráficos y en la producción musical, elementos que han ido transformándose y operando mediante acciones que connotan una tendencia a constituirse como vanguardia.

Para las microeditoras estudiadas, exportar música a otros países desde México, se vuelve una práctica mediante la cual se puede llegar a consolidar un sonido distintivo a través de la fusión de estilos y la exposición de un imaginario social y visual que amplifique y haga atractiva la propuesta artística. Sobre este factor específico, pude constatar que existen rasgos de originalidad y autenticidad que fueron construidos mediante consensos estéticos utilizados en la elección y promoción de los catálogos artísticos que presentan las microeditoras.

Es relevante destacar que a través del análisis de la información relativa a las seis microeditoras abordadas en esta investigación, se cuenta con elementos para comprender mejor una parte del fenómeno de la producción musical en el AMG, sin embargo, la diversidad de modalidades de operación y metas de realización que cada microeditora plantea, hace evidente que existen múltiples maneras de participar en los circuitos de producción y circulación de la industria musical tanto comercial como independiente.

CONCLUSIONES

El propósito de esta investigación ha sido identificar, caracterizar y establecer acercamientos comprensivos a las prácticas de producción de industrias creativas independientes de música popular urbana entre los años 2000 y 2020 en el Área Metropolitana de Guadalajara (AMG). A continuación, retomaré los principales elementos tanto empíricos como conceptuales que en su conjunto dan cuenta más a detalle de las prácticas de las microeditoras, estos son: el contexto sociocultural, los rasgos identitarios en la producción musical, las confluencias entre los ejes de análisis estético, económico y tecnológico, alrededor de las prácticas de la cultura DIY, los circuitos de producción en donde actúan las microeditoras tanto de manera local como global, la relación con otras instituciones, la esencia *underground*, los factores clave en las prácticas de producción en el contexto del AMG y las reflexiones finales.

El contexto sociocultural

Como principal hallazgo, consideré relevante destacar que el contexto donde se desarrolla las prácticas de producción, en este caso el AMG, ha sido un factor clave al dotar de un sentido de identidad a las producciones musicales estudiadas, en tanto el entorno que rodea la gestación de los proyectos es, a la vez, el entramado sociocultural que con sus dinámicas y desafíos crea y recrea las prácticas de las microeditoras. Afirmo lo anterior con base en una exhaustiva revisión y análisis tanto de documentos como de material generado en campo, de modo que puedo concluir que al interior de los catálogos artísticos de los sellos discográficos analizados en esta tesis, se encuentran diversos elementos que dan cuenta de rasgos identitarios de los artistas y sus proyectos de creación: dichos elementos van desde los nombres de los proyectos artísticos, hasta los nombres de las microeditoras; desde las características y especificidades propuestas en el diseño gráfico, hasta la mirada heterogénea a través de la cual describen la música que producen.

El sentido de interacción social en conjunto de estos elementos identitarios, hacen evidente la capacidad de construcción colectiva llevada a cabo en un espacio social determinado: el AMG. El abordaje etnográfico e interpretativo realizado en esta investigación, me ha permitido proponer en un primer momento un mapa inicial y

posteriormente trazar un panorama general a partir del cual se describen y analizan las prácticas en donde confluyen sentidos estéticos, tecnológicos y económicos de las microeditoras independientes, por lo que el fenómeno estudiado, ha estado socioculturalmente situado en un espacio geográfico particular, a la vez que enmarcado en el contexto global de la creación y uso social de la música.

Hay que tomar en cuenta que al colocar una temporalidad determinada, que va del año 2000 al 2020, consideré los efectos y sentidos de estos principios observados en la dinámica de estas microeditoras como una forma de comprender lo que sucedió en la ciudad, la región y el país en torno a las industrias creativas de música popular urbana para, en consecuencia, conocer a los individuos que llevan a cabo estas prácticas de producción musical mediante tecnologías, quienes en su conjunto representan a un sector de la sociedad en general representado por jóvenes.

Las diversas maneras de colaborar y emprender proyectos, describen un fenómeno situado en dos momentos claves en la producción musical: el análogo y digital; es importante destacar que las microeditoras simplemente han utilizado diversos tipos de tecnologías, pero los fines siguen siendo similares, es decir en primera instancia la producción musical y posteriormente la circulación de la obra artística; inclusive en términos de negocio y consumo, donde las microeditoras inscriben sus obras artísticas, cabe mencionar que algunas microeditoras siguen en funcionamiento. Asimismo, se pueden catalogar dichas prácticas bajo su contexto sociocultural y mediante una diversidad de modelos y estrategias, por ello, se trata de reconocer cómo es que se configuran las obras artísticas desde su proceso de creación hasta su puesta en circulación el día del lanzamiento⁸².

La inmersión en el contexto sociocultural de las microeditoras me permitió describir las diferentes prácticas de creación, producción y difusión así como caracterizar sus trayectorias, mediante la documentación y análisis de sus procesos de creación artística y apropiación de tecnologías, de este modo la información recogida en gabinete y la experiencia etnográfica durante la investigación fueron traducidos en un esquema analítico

⁸²El *release day*, es considerado la fecha de lanzamiento. En Estados Unidos, algunos sellos discográficos comúnmente operan los días martes, a nivel independiente es posible lanzar material fonográfico todos los días, especialmente en fines de semana. Hay que destacar que la fecha de lanzamiento de ser posible se trabaja en coordinación con medios de comunicación, y con las redes sociales y plataformas de los artistas. De esta manera, y durante el tiempo de promoción previa al lanzamiento toda la atención del público, campañas publicitarias y entrevistas se centran en este día.

de tres ejes fundamentales: el económico, el tecnológico y el estético; el trabajo con cada uno de ellos y posteriormente el análisis de su articulación entre estos me permitió construir categorías nativas y subcategorías para agrupar las múltiples actividades que las microeditoras fonográficas realizan para producir y visibilizar sus labores.

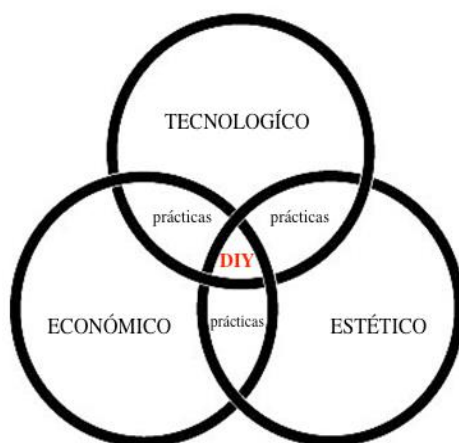


Diagrama 1: Confluencias entre los ejes de análisis estético, económico y tecnológico, alrededor de las prácticas de la cultura DIY. Elaboración propia.

Las confluencias entre los ejes de análisis estético, económico y tecnológico, alrededor de las prácticas de la cultura DIY.

Cuando hago referencia a las prácticas de producción, que están insertas en cada eje, se debe de tomar en cuenta tanto las prácticas artesanales, amateur o semiprofesional como aquellas que tienen relación con los procesos de manufactura industrial profesional. Ante los diferentes retos que supone para cada una de las organizaciones llevar a cabo sus actividades, puedo mencionar que no es su intención competir directamente con las empresas transnacionales, aunque en ciertos casos colaboran con ellas o promueven géneros musicales similares. Como lo mostré en el Lado A, es importante destacar que, en ambos casos, se utilizan las mismas plataformas digitales como Bandcamp, Spotify, YouTube, etc; medios de comunicación digital como Facebook e Instagram, e inclusive algunas estrategias de mercadeo, con esto me refiero a que existe una conciliación en las formas de trabajar tanto en las “majors” y las microeditoras, en donde ambos modelos se han ido nutriendo para establecerse en la amplia gama de circuitos musicales.

Al someter a la reflexión los datos obtenidos en el análisis y contraste de las categorías puedo concluir, que hay tres prácticas evidentes y reconocibles que, con los condicionamientos de sus intenciones y recursos, desempeñan las microeditoras fonográficas. La primera, motor de su existencia, tiene relación con la producción musical y la segunda, derivada de los productos a su disposición y que agrupa las actividades destinadas a la promoción de las obras artísticas; de ambas prácticas podemos concluir que emerge una tercera, que es la promoción del artista.

Para el primer caso, relacionado a la producción musical, el factor del que emergen las implicaciones que definen y acotan esas prácticas, es el uso de diversas tecnologías tanto analógicas, como electrónicas y digitales en la diversidad de mecanismos productivos; pude reconocer cómo, a partir de que los artistas y directivos de los sellos poseen las herramientas de producción musical, se develan, reducen o amplían otras prácticas como la inclinación y preferencia por artistas y la elección de cuál es el tipo de música que se produce. También a través del análisis de los catálogos artísticos de una muestra de seis microeditoras fonográficas de música popular urbana, se reconoce la existencia de diversos subgéneros ejecutados tanto por agrupaciones como por artistas solistas; en ambos casos se percibe claramente la realización de acuerdos de colaboración y formas de distribución diferenciadas. De todo lo anterior se establece que, en el AMG, existen prácticas de producción musical que se nutren mediante el consumo de géneros musicales establecidos como el rock y la música electrónica dance, sin embargo, advierto que, a través de otros subgéneros y tendencias musicales que circulan a nivel global, muchos jóvenes han sido influenciados y en función de ello han realizado composiciones musicales donde incorporan nuevos rasgos de hibridación musical. El proceso de retroalimentación y las dinámicas inherentes a la producción es un tema por demás fascinante que requiere ser estudiado y ponderado en la escena local: sus productores, artistas, géneros y consumo.

La música que se encuentra en los catálogos artísticos de los sellos estudiados, como rasgo característico posee elementos de hibridación constante, tanto en ritmos, melodías, armonías y arreglos (ver Lado D). Paralelamente y a partir de lo indagado a través del trabajo de campo, logré registrar la existencia de nuevos términos empleados por los actores involucrados para definir sus ideas sobre la identidad de las producciones de sus microeditoras como “calidez” o “caprichosa”. De manera general, se logra apreciar un

proceso caracterizado por la búsqueda de originalidad identitaria como lo ejemplifican en las propuestas estéticas particulares, tal es el caso de la música identificada por sus creadores como *acid cabaret* o la denominada *guacalosa*. Al respecto quiero profundizar, desde mi perspectiva, el aporte que brindan los artistas a través de la producción musical: en primera instancia, lo catalogo como un aporte a la cultura fonográfica, puesto que se plantea desde una iniciativa colectiva e independiente, que facilita la disposición de la música al público. Es decir, que la música es el puente y el nexo que nos permite establecer la dimensión del fenómeno al formalizar el registro fonográfico y hacerlo circular. Así, la cultura, el contexto sociocultural y las intenciones rítmicas se encapsulan en creaciones sonoras, y éstas son recursos comercializables o gratuitos, que se distribuyen en formatos análogos y digitales.

La constante hibridación musical que existe en la producción fonográfica y que se exporta desde el AMG, refleja una producción de alrededor de 47 subgéneros musicales; es decir que las particularidades que se encuentran en las obras artísticas muestran la intención de multiplicidad tanto de posibles etiquetas, pero sobre todo de maneras de expresar musicalmente procesos creativos.

En lo relativo a la promoción de la obra artística, encuentro que esta presenta diferentes aspectos a destacar, en primer término, que son procedimientos sumamente puntuales y específicos para cada artista, formato y temporalidad. El análisis de las prácticas de las microeditoras aquí presentadas arroja que para ellas la promoción la constituyen acciones con una visión de futuro. Cualquiera que sea el carácter y alcance de las estrategias, parten del conocimiento que en las microeditoras se posee del contexto en el que se inserta la promoción y en todo caso hay siempre una conciencia de la economía de recursos para asegurar la correcta recepción del fenómeno con que se trabaja. Mediante distintas estrategias, medios y alcances; la promoción se desarrolla buscando la asimilación del proceso creativo que se ofrece. A su vez, en algunas ocasiones un elemento fundamental para realizarla es tener en cuenta la participación de sus artistas como fuente principal y objetivo de la acción. Así, estas prácticas de promoción se relacionan tanto a la tecnología mediante el dispositivo de reproducción sonora, como a la proyección visual de la obra artística a través del diseño gráfico o en algunos casos las producciones audiovisuales -videoclips, visuales en presentaciones en vivo-.

En cuanto a las prácticas de producción de fonogramas que he descrito, se desarrollan en lapsos que no son regularmente similares, por ejemplo, la manufactura de dispositivos físicos obliga una organización que demanda una logística más detallada que abarca de tres a cuatro meses para su producción total ante la facilidad de subir un archivo digital al Internet en cualquier momento y en unos cuantos minutos. Por eso, puedo concluir que las microeditoras que producen fonogramas físicos, en muchas ocasiones expresa o estratégicamente no ponen en circulación dicho material en Internet, de modo que, realizan una apuesta de mayor riesgo tanto económico como de promoción que las microeditoras digitales, ya que precisamente no promueven música de manera gratuita o no la monetizan a través del *streaming*. Sin embargo, se puede apreciar que desde el resurgimiento de los dispositivos de reproducción como en el caso del vinilo y cassette, las estrategias de promoción se han consolidado orientándolas hacia públicos segmentados y especializados muchas veces a través de Internet, estos públicos a los que me refiero buscan precisamente la materialidad de la obra artística, de esta manera y mediante esta infraestructura de comunicación se permite establecer relaciones comerciales de productos físicos en ambientes digitales.

Como expuse en los Lados B y Lado D, existe una variedad de formatos tanto físicos como digitales para la reproducción de la música; sin embargo, como mencioné en mis registros del trabajo de campo, es notorio que la producción musical está limitada a un público reducido a nivel local. A pesar del uso del Internet y las dinámicas de globalización, una de las prioridades de las microeditoras es la exportación de fonogramas al extranjero, puesto que mucha de la producción musical referente a ciertos géneros y subgéneros musicales proviene de otros países, es decir que en lugares como Alemania, Inglaterra, Estados Unidos, etc.; existen nichos consolidados en donde se puede competir y promover este tipo de música que se produce en el AMG. En este aspecto, radica la importancia señalada por los entrevistados en torno a la necesidad de profesionalizar las prácticas de producción musical, puesto que las obras artísticas que se generan en esta localidad, podrían competir en un mercado internacional, entre otros aportes culturales y valores comparativos, por la singularidad que otorga la procedencia geográfica de la obra artística y la amalgama de los elementos musicales “locales” que la diferencian ante otros productores internacionales del mismo género o subgénero.

La tercera práctica tiene relación con la promoción del artista, quién es el que produce la obra y quien es el actor determinante de todo el proceso a través de sus decisiones. Puedo constatar que, en el AMG como en otros entornos de México como Tijuana, Ciudad de México, Puebla, etc., existen grupos reducidos de personas que producen música mediante diferentes *nicknames*, esto permite diversificar musicalmente la escena, por lo tanto, han ido surgiendo proyectos musicales a partir de la necesidad de los artistas por expresar otros subgéneros musicales y crear nuevos subsellos discográficos.

Es relevante hacer hincapié que para los entrevistados la principal atracción que ofrecen las plataformas digitales para la promoción de los artistas, es que la música sea reproducida por audiencias de diversos países, ya que esto permite que desde el algoritmo que opera la plataforma, la producción cultural no se encuentre sujeta a un espacio geográfico determinado, de tal forma que, los artistas y microeditoras ganan terreno de exposición a nivel global. Cabe señalar que las plataformas de distribución, dan a conocer las estadísticas del total de reproducciones por mes, para esto emiten un documento en el que se reporta tanto el número de descargas como donde se localiza geográficamente la reproducción; mediante qué plataforma fue escuchada la música y también refleja el pago de las regalías de la música, esto permite establecer que, aun incorporando estrategias de mercadeo y promoción en una localidad, siempre existirá la posibilidad que más allá del uso de las redes sociales de Internet, cierto público cautivo escuche la música ya sea por recomendaciones aleatorias, géneros musicales, nombre o simple casualidad.

En este sentido, es necesario replantear la potencialidad de los sellos discográficos tanto “majors” como las microeditoras independientes dentro del complejo sistema de la industria musical, puesto que quienes se enfrentan directamente a esta situación de consumo y aceptación son los artistas, y en segundo término aparecen los sellos discográficos y las microeditoras.

La clasificación de prácticas que he expuesto, tiene relación con la interacción que se genera a partir de los tres ejes de análisis estético, económico y tecnológico, en cada uno se ilustra aquellas prácticas de producción descritas anteriormente en el apartado Lado D. Por tal motivo, ha sido del interés de esta investigación observar que, en el análisis de las prácticas señaladas, surgen prácticas a partir de la confluencia entre los tres ejes y que tienen relación

mayormente con el *acceso y apropiación de tecnologías para la producción y circulación musical*, donde a través de la tecnología se puede lograr crear y monetizar la obra artística en ambientes físicos y digitales. También respecto a *la originalidad y autenticidad de la obra artística*, es notorio la producción de subgéneros musicales que identifican al espacio territorial del AMG en donde se incluyen sonidos urbanos, gustos personales, nombres populares, y productos típicos como elementos que fomentan particularizar y distinguir esta producción musical de otros lugares de México y el mundo. De estas prácticas se confirma el sentido artístico y la búsqueda estética de la producción cultural a través de 459 lanzamientos. Por último, el elemento económico describe de qué manera financian las microeditoras la obra artística, en este sentido la autogestión, permite crear núcleos y redes mediante la colecta financiera, la colectividad de proyectos y la colaboración laboral.

La confluencia de las prácticas de los tres ejes, me dan bases para describir que existen actividades en la producción musical que no se pueden analizar mediante una sola perspectiva o disciplina académica, puesto que la complejidad del estudio de las seis microeditoras fonográficas y los tres sub sellos, radica cuando se agrega otro factor que es un elemento de identidad determinante y funciona como un valor destacable al interior de los proyectos. Me refiero a la apuesta por una ideología autosustentable; esta práctica ideológica abarca una postura *do it yourself*, es notorio que la mayoría de las microeditoras la asumen cuando hacen hincapié al valor de la independencia; es decir que en este caso “independiente”, no solo tiene relación con el ámbito económico, sino que también está en relación a la libertad estética y creativa para producir obras artísticas, puesto que en la mayoría de los casos se reconoce la existencia de una diversidad de subgéneros musicales, lo cual dan cuenta de un proceso ecléctico y al parecer consensuado. Por otra parte, la ideología independiente aparece como una manera de expresar el dominio sobre ciertas técnicas y tecnologías, puesto que en muchos casos se percibe un aprendizaje autónomo al explorar *software* e incluso crear sus propios instrumentos musicales.

En cuanto a la creación de redes de colaboración para la producción musical, destaca el papel del sentido de la cultura *do it yourself (DIY)*: en general los entrevistados coinciden en reconocer que percibirse como independientes, no tiene relación con la dimensión económica, sino que en gran medida hace referencia a no depender de nadie para realizar las prácticas expuestas. En la narrativa de sus prácticas, creencias y valores hay la certidumbre

de que bajo este esquema no se necesita de un intermediario para promover y circular la música en diferentes formatos, sin embargo, algunos discrepan de esta visión, señalando que existen plataformas muy bien diseñadas para la promoción y venta de dichas obras artísticas. Como he intentado fundamentar, en alrededor de veinte años, la tecnología se convirtió un aliado permanente y decisivo para hacer accesibles ciertas prácticas de producción musical, condición que posibilita entender por qué las innovaciones y los avances en el campo musical juegan un papel fundamental en el comportamiento de productores musicales y microeditoras como agentes culturales.

Por estas razones es que las microeditoras que he descrito poseen diferentes capitales culturales, económicos y de producción estética, esto lleva a confirmar que, en conjunto, las microeditoras producen sentido al realizar una variedad de prácticas tecnológicas, estéticas y económicas a la par de utilizar la mayor cantidad de plataformas digitales para no depender de terceros, en este caso pueden ser las distribuidoras transnacionales o de espacios en medios de comunicación.

Los circuitos de producción en donde actúan las microeditoras tanto de manera local como global.

El trabajo de oficina, es una práctica inherente a todas las microeditoras estudiadas, puesto que muchas actividades de relaciones públicas que se realizan consisten en llamadas telefónicas, envíos de mensajería por *WhatsApp*, correo postal, redes sociales el caso de *Facebook*, la escritura de emails con artistas, managers, maquiladoras, distribuidoras y otras instituciones financieras y públicas, es decir esto hace evidente que una microeditora para su funcionamiento debe de comprender horarios laborales en donde pueda resolver primero sus necesidades básicas de operatividad, y contar con los medios para realizar dichas gestiones: una computadora, Internet, un teléfono celular, un teléfono fijo, una dirección de domicilio; en la mayoría de los casos las microeditoras y sus colaboradores se enfrentan a asumir estos gastos y en ciertos aspectos trabajan bajo las condiciones brindadas por agentes externos a su funcionamiento *freelance* y de *networking*.

Como menciona Raúl Marcó del Pont Lalli y Cecilia Vilchis Schöndube (2011) al respecto de los editores independientes:

reconocen la inestabilidad laboral y favorecen el hacer lo que creen es adecuado, teniendo como espejo de lo que no desean el recibir órdenes; no parecen estar preocupados por una carrera a la manera antigua, cuidan el trabajo editorial, que tradicionalmente ha sido el que ellos reproducen; la pequeña escala es tanto una obligación impuesta (por las condiciones económicas y el mercado editorial) como un deseo, un modelo de trabajo asumido (p.74) [...] hay varias oleadas que han ido modelando la emprendeduría independiente. Una añeja tiene que ver con una trayectoria de este sector a desarrollar proyectos propios, desde grupos de rock hasta despachos de arquitectos, lo que se ha visto fortalecido por una cada vez mayor facilidad para la producción individual. (p.75)

El valor de la independencia ofrece la descentralización laboral, en el sentido de que cada uno de los colaboradores reconoce cuál es su función en el colectivo y qué actividad desempeña, esto permite interactuar con personas, sean artistas, ingenieros, productores musicales, etc.; altamente capaces de llevar a cabo actividades bajo jornadas de trabajo en donde el valor de lo económico pasa a segundo término. Es decir, la producción musical y de la obra artística unifican el sentido lúdico que puede representar la precariedad económica; incluso con la implementación en el tiempo de esta práctica se pueden dominar los detalles técnicos y tecnológicos que surgen en la producción musical.

Una microeditora en su base laboral generalmente se rige por entre una a tres personas, las mismas que suelen ser comunes en una industria creativa o que en una microempresa, de hecho, incluir el término empresa o estudiar a las microeditoras en términos únicamente económicos puede restarles credibilidad ante la postura y el reconocimiento por parte quienes se identifican como parte de la cultura DIY. Con esto me refiero a que no hay un concepto absoluto que pueda incluir todas las prácticas donde todos se sientan identificados y beneficiados, y que de igual manera responda a los intereses académicos, ideológicos, políticos, sociales y culturales que dicha comunidad artística produce y reproduce; de hecho, pueden existir intentos de reconocer a estos proyectos independientes bajo los términos de “marginalidad”, “segregación” y “exclusión” debido al sistema económico y laboral que rige las actividades culturales en el mercado global, sin embargo observando el fenómeno desde el interior de sus dinámicas, se puede constatar que dichos proyectos están lejos de una clandestinidad y al contrario utilizan todos los

mecanismos que están a su alcance para visibilizar sus acciones musicales, laborales, creativas e ideológicas y al mismo tiempo obtener ganancias económicas.

Cabe mencionar que algunos términos están definidos por antigüedad, como es el caso de “casa disquera”, otras por traducción -“sello discográfico” de *record label*-, otras microeditoras no se consideran como tales, por esos motivos y planteamientos, no pretendo tampoco encasillar a las microeditoras bajo un sinónimo, sino más bien intento, por medio del concepto “microeditora” (Strachan, 2003), de describir más a profundidad un fenómeno que está mediado por su relación tanto con la industria comercial como con la ideología independiente. Por lo tanto, reitero que existen diferentes modelos de microeditoras que a pesar de su diversidad, comparten valores centrales y consisten en la autogestión, la independencia creativa y el uso de tecnologías, sin embargo, en su desarrollo han funcionado en diferentes circuitos de producción como subsidiarias de transnacionales, en los ejemplos estudiados, esto último coincide con el caso de Nopal Beat. Otras microeditoras fueron subsidiarias y trabajaron en marcos de gestión cultural al obtener becas y recursos del estado, como Abolipop y Happy Garlic, y finalmente otras más funcionaron solamente mediante la autogestión como Amp Records, Poat Records y Techkilla Records.

Esto refiere a que cada caso es único: tanto amateurs, *prosumers*, semiprofesionales y profesionales que están insertos en diferentes circuitos de producción cultural y que aparecen dentro de la industria musical. Las microeditoras llevan a cabo acciones mediante la producción de fonogramas; esto permite un despliegue económico, social y cultural para quienes están inmersos en este ámbito y por lo tanto para quienes se acercan como escuchas a estas obras artísticas. Puedo constatar que la producción musical en este caso, la independiente, es una actividad que va a estar determinada por diversos factores para su realización primordialmente el ideológico, el económico y el contexto sociocultural. Cuando he expresado que este tipo de microempresas tienden a la profesionalización, lo que ello implica es que esta profesionalización requiere, entre otras cosas, de una inversión financiera para cubrir tanto los gastos de la producción musical (procesos de grabación, mezcla, masterización y diseño gráfico), y también la inversión destinada a los gastos de la manufactura de los fonogramas en diferentes formatos como CD, vinilo, cassette, usb, etc. Es evidente que muchas microeditoras no tienen resuelta la solvencia económica para emprender proyectos a gran escala, incluso para manufacturar y distribuir tirajes de más de

1000 unidades en una zona geográfica como el AMG, de más de 4 millones de habitantes, sin embargo, como lo muestran los datos revisados, una solución en este modelo independiente ha sido elaborar tirajes cortos para un público reducido, en donde a través de este proceso se activan las relaciones con otras instituciones, medios de comunicación, productores de conciertos y distribuidoras para la comercialización y circulación de la música. Así pues, la producción musical independiente no es una actividad estática, sino que es una práctica en constante desarrollo y con un campo social y cultural de acción creciente y receptivo de nuevas ideas.

Relación con otras instituciones

Desde un posicionamiento que engloba la gestión y el emprendizaje cultural, las microeditoras se constituyen en sí mismas como industrias creativas que al ser estudiadas, permiten observar que existen tipos de microempresas de diversas formas que están en contacto con amplios circuitos de industrias culturales y más instituciones, sean digitales de *streaming* y *podcast*, sean financieras como *paypal* e instituciones bancarias, sean mediáticas como el la prensa -periódico, la revista-, la radio y televisión tanto en los ámbitos locales y nacionales, sean instituciones públicas a través de festivales o actividades organizadas por departamentos de cultura y otras organizaciones artísticas no gubernamentales, también su relación con instancias educativas a través de talleres o investigaciones, y otras más instituciones que controlan ciertos sectores en el ámbito de industria musical, como agencias de *booking*, promotoría, agencias de *backline*, cerveceras, plataformas de venta de boletos para eventos, *venues*, etc.

Esta diversidad de relaciones con instituciones establece la posibilidad de que las microeditoras sean reconocidas abiertamente como otro sector de emprendizaje, incluso sería necesario abrir nuevas líneas de investigación en relación a si este tipo de microempresas y las mínimas ganancias económicas que generan, deben o deberían ser catalogadas como actores contribuyentes que tengan que rendir una tributación al estado, puesto que formalizar así a las microeditoras, repito como microempresas con una amplia gama de modelos de producción, podría ser una decisión que no sea conveniente en una economía tan inestable como lo es la industria musical y como dato particular el contexto económico y laboral de México, puesto que lo que pasa en este país difiere ampliamente de que ocurre en

Norteamérica (E.U. y Canadá), Asia o Europa, en donde trabajar en estos marcos de institucionalidad permite, entre otras cosas, obtener préstamos bancarios, espacios laborales, becas del estado para la producción fonográfica y la promoción artística a nivel nacional e internacional por medio de giras a festivales y conciertos.

Aunque en México y en el AMG, existen ciertos casos de microeditoras que han colaborado con diferentes instituciones sean públicas, privadas e independientes, debido a estas y otras razones que el modelo que predomina en un contexto como el mexicano, puede parecer o catalogarse como irregular, y en este sentido e incluso como “clandestino” en algunos casos.

Por tales motivos, esta irregularidad que se puede percibir como falta de compromiso, de recursos económicos, de estrategias de promoción e inclusive falta de creatividad son precisamente los factores clave que, como mostré en el Lado D y en las entrevistas con los directores de las microeditoras, se tratan de contrarrestar en las microeditoras, sin embargo, parece ser que nunca es suficiente si se pretende competir y enmarcar la producción cultural en términos de las dinámicas mercantiles a gran escala; sin embargo, si lo que se pretende está en función de la promoción, disseminación y se deja a un lado la percepción del consumo masivo, es posible confirmar que este tipo de modelos no están sujetos inclusive a una regularidad y estandarización en la confección de sus productos culturales, puesto que estos, como todo proceso artístico, conlleva tiempo para su elaboración. Así, estos lapsos de tiempo que se generan entre cada lanzamiento permiten visualizar a través de una estructura organizada cuál es la línea curatorial de los catálogos artísticos, y cuál es su aporte estético en el sentido musical y visual.

La esencia *underground*

La independencia ideológica y artística de muchas microeditoras está asociada a una identidad *underground*, en tanto que la segmentación del público y de los subgéneros musicales ha hecho que el término *underground*, acompañe un espacio ideológico colectivo consolidado por el sector minoritario que produce estas prácticas. Lo *underground* en este caso tampoco está relacionado con la clandestinidad, sino que en los hechos y en las prácticas de las microeditoras es un término que se utiliza para diferenciarse de otros sectores de producción musical, en este caso la música pop, música popular o de otros géneros con

orientación más comercial. Cabe mencionar que lo que en algún momento se denominó “alternativo” para agrupar y referir a artistas y bandas que iban a contracorriente del modelo que imponían las compañías transnacionales, hasta que fue asimilado para definir a artistas con algunos rasgos musicales y similitudes ideológicas; de igual manera sucede con los términos microeditora, independiente y *underground*, que son utilizados para legitimar a diversos agentes que colaboran para realizar prácticas que rodean a la producción musical.

Las dinámicas hegemónicas y los patrones operativos de los sellos discográficos transnacionales que acaparan tanto el espectro de distribución como los medios de producción y medios de comunicación dotan de un marco epistémico para la comprensión de la complejidad del campo social en el que actúan las microeditoras. A partir de lo anterior, y en consonancia con lo expuesto por buena parte de los autores revisados, resultó pertinente al plantear esta investigación enfocada a describir sistemática y analíticamente las prácticas de producción de las microeditoras, advertir y reflexionar sobre un componente que implica mayor comprensión y da cuenta de la naturaleza de sus prácticas. Esto es, que las actividades y labores esforzadas y a contracorriente, además de no tener en la mayoría de los casos una retribución económica, manifiestan la necesidad de mantener un valor simbólico identitario. Así, actuar en los márgenes de la lógica de las corporaciones discográficas globales y desafiar sus prácticas, se compensa con el valor que en dichas microeditoras se atribuyen a ser agentes o mediadores de un espíritu vanguardista que disputa a los estándares establecidos de la industria musical bajo sus propios recursos, desafiando las lógicas comerciales impuestas por el capitalismo. Con esta visión que permea su discursividad y orienta sus prácticas artísticas, utilizan las herramientas a su disposición ratificando que el uso de la tecnología es el aliado más conspicuo en una actividad en constante cambio y que al mantener su ideología autónoma las provee de diferentes maneras para cumplir sus metas.

Es notorio que existe una libertad creativa que se ejerce a través de las actividades de producción musical y de la proyección visual de la obra artística, cabe mencionar que otra estrategia con que las microeditoras tienden a profesionalizar la producción musical es a través de la circulación de los fonogramas. De este proceso se puede percibir una activa red de personas que consumen dichos productos musicales y establecen de manera digital por redes sociales o en persona; un vínculo de comunicación que los identifica con los artistas a través de la música, de esta simbiosis creación-consumo es que se pueden asociar tanto

artistas, microeditoras y público a nichos pequeños o a la que denominan los colaboradores el *underground*.

Factores clave en las prácticas de producción en el contexto del AMG.

A continuación, expongo las principales afirmaciones que considero operan como factores clave y que están en relación a las prácticas de la producción musical en el contexto sociocultural del AMG:

Producción y Tecnología

1. En las microeditoras es fundamental el uso de las tecnologías principalmente análogas y digitales para la producción musical y para la circulación de productos artísticos.
2. La producción fonográfica que encontramos está realizada en muchos casos simultáneamente a los formatos mp3, vinilo, cassette y CD. Es importante destacar que en los 20 años analizados se puede reconocer la emergencia, desaparición, continuidad y resurgimiento de dichos formatos.
3. Como recursos anexos, las plataformas digitales, las páginas en Internet y las redes sociales son importantes y en muchos casos fundamentales en tanto sirven de portales para dar a conocer la música a personas de otros espacios geográficos.

Características de las microeditoras

4. Las seis microeditoras estudiadas muestran singularidades en los procesos de producción musical, en específico a través de los géneros y subgéneros que producen.
5. La innovación para algunas microeditoras no está en relación al uso de las tecnologías en sí mismas, sino en las maneras de producir: particularmente destacable es la práctica de colaborar para llegar a metas en común.
6. La idea de lo que significa independiente surge de la capacidad de auto representación identitaria y de las maneras en cómo nombran su trabajo. La independencia es significada reiteradamente como una forma de autogestión y de colectivizar procesos artísticos.

7. Las microeditoras agrupan artistas con el fin de consolidar un catálogo artístico con el cual se logra distinguir cuales son las prioridades musicales y visuales que buscan promover.
8. Las microeditoras fonográficas tienden a configurarse como industrias creativas que buscan profesionalizar sus actividades constantemente; en contraparte, los sellos discográficos “major”, representan a un sector de industrias culturales dedicadas al entretenimiento y a la música comercial, sin embargo, paradójicamente los sellos “major” han tenido que optar y emular estrategias de trabajo y de producción musical de las microeditoras para seguir vigentes en el mercado global.

Apoyo para la producción musical

9. Se percibe que existe limitado y competido apoyo de instituciones hacia proyectos de industrias creativas de música popular urbana en el AMG.
10. Se comparte la noción entre las microeditoras, que no existe una escena musical consolidada de música popular urbana, sin embargo, se reconoce que se encuentran varias micro escenas en vías de consolidación.
11. Existe el apoyo de algunos programas de radio, medios de comunicación y tiendas para la circulación de la música de las microeditoras.

Contexto AMG

12. Existen pocos espacios para que los artistas se presenten en vivo. Dichos espacios ya sean institucionales o independientes continuamente surgen, y luego de unos años, salvo contadas excepciones, desaparecen.
13. El AMG es un espacio social propicio para la creación y producción musical, pero con escasa divulgación mediática y audiencia para el consumo de subgéneros musicales.
14. La producción musical independiente realizada por las microeditoras en el AMG, se describe en voz de sus actores como un acto de resistencia cultural, económica, política y artística.

Reflexiones finales

Finalmente, encuentro relevante el estudio de las microeditoras fonográficas independientes, porque en sus prácticas se asocian un grupo de agentes tanto músicos, directores, ingenieros de audio, diseñadores gráficos, productores musicales, comunicadores, promotores, etc; quienes colaboran con la finalidad de ir ganando consumidores y espacios ya sean públicos o digitales a través de la producción de obras artísticas. Estos espacios públicos pueden ser desde tiendas físicas, medios de comunicación, eventos, ferias, festivales hasta los espacios digitales como portales en Internet y plataformas de redes sociales; Por tal motivo, el papel que desempeñan las microeditoras a la producción cultural de una región y a los artistas, es sin duda una labor clave que no debería de desaparecer en un futuro próximo en el siglo XXI⁸³.

En las afirmaciones del apartado Lado D, queda sintetizada la conformación históricamente contextualizada de estas prácticas, de las características identitarias de las microeditoras y las disposiciones operativas que, a partir del acercamiento realizado, permiten apreciar y valorar sus procesos creativos y de socialización de las obras musicales. Me ha quedado claro, al investigar este conjunto de diferentes prácticas que, en su interrelación, contribuyen a comprender una configuración organizativa cultural específica de la cual emerge su sentido.

Logré reconocer que esta investigación ha implicado una apuesta arriesgada al tratar de describir el fenómeno de las industrias creativas de música popular urbana mediante un trabajo etnográfico acotado a seis casos y, por otro lado, basado en la recuperación de referencias académicas recientes obtenidas de publicaciones de diversas disciplinas que ofrecen teorías de rango medio. De modo que, a partir del análisis de los soportes materiales y simbólicos que intervienen en estas prácticas, encuentro también que este estudio ha tenido

⁸³El incremento de nuevas plataformas y aplicaciones como *offboday*, *virpp*, *show4me*, *owe_artist*, *parkbench13*, *landr*, *midem*, *trac*, *indiefy*, *soundbetter*, *songtradr*, *viberate*, y que precisamente su función es facilitar y promover muchas de las prácticas que hemos revisado, estas *apps* tratan de prescindir de la actividad humana. A raíz del distanciamiento social de la pandemia Covid-19, el aceleramiento y puesta en práctica de estas aplicaciones en el año 2021, son una realidad que pretenden demostrar su efectividad ante el trabajo a distancia, con esto me refiero a que algunas actividades realizadas por personas podrían ser reemplazadas por algoritmos en ambientes digitales, es decir conciertos en línea, aceleración de la promoción y producción de fonogramas digitales, la masterización de la música e incluso la creación de contenido en las redes sociales, lo que supone para las microeditoras y sellos discográficos “major” un reto aún mayor, que responde a la necesidad de seguir actualizando sus estrategias para continuar en el mercado, en el imaginario colectivo y finalmente en la industria de la producción musical tanto local como global.

algunas limitaciones en el proceso al describir las categorías de autenticidad de la obra artística, los procesos de autogestión, y la apropiación de tecnologías, debido a que su vez son elementos particulares que confluyen en los tres ejes; por ello puedo señalar que cada uno ofrece elementos para profundizar extensamente y con mayor densidad, por lo que reconozco que hay prácticas esenciales de la producción musical que no se tomaron en cuenta, como son la composición de las piezas, la grabación, la mezcla, masterización y los procesos de postproducción.

Así pues, lo logrado en esta investigación, representa un avance de conocimiento que desde luego podrá continuar desarrollándose en posteriores indagaciones. En el transcurso de la investigación logré identificar a siete sellos discográficos que no tenía contemplados en la muestra elegida y que decidí no incluir; dichos sellos son: Grabaciones de Occidente, Triángulo Gris, Default Machine, Grima Recs, Lumineux, Sensoria y Futurística; lo cual me hace reflexionar por una parte sobre el potencial de este tipo de investigaciones y por otro lado sobre la amplia cantidad de densidad de iniciativas para la producción musical independiente en el Área Metropolitana de Guadalajara.

Por esta razón, considero que el aporte de las microeditoras a la fonografía local y al contexto sociocultural del AMG, no se puede medir tan solo o simplemente en términos económicos o de popularidad, puesto que la diseminación que han realizado las microeditoras de subgéneros musicales se debe considerar como uno de los aportes medulares no solo de esta investigación, sino en términos de producción cultural de una localidad, con su propio contexto sociocultural en el que se crean y recrean significados a través de la música.

Los posibles debates que existan sobre el estudio de las microeditoras son válidos en tanto que la revisión de literatura indica que no se puede abordar este fenómeno desde a una sola disciplina, puesto que es evidente que se estudia desde varios campos como la etnomusicología, la musicología, los estudios sobre música popular, la economía política, la gestión cultural, la sociología, estética y la comunicación, mismos que dotan de amplio sentido académico en la búsqueda de diálogos en términos multidisciplinarios que otorgan explicaciones válidas y precisas sobre prácticas que están sujetas a la hibridación, a ciertas relaciones de poder, y a los cambios de tecnologías y que no se pueden agotar mediante una sola perspectiva o explicación; es de este modo que cobra sentido una de las principales razones para el estudio de las microeditoras mediante la perspectiva sociocultural en donde

se abarcan tres ejes de análisis que corresponden de igual manera a la revisión teórica – conceptual y etnográfica, donde se inscriben estas prácticas.

Por tal motivo, las prácticas que he examinado y seguramente las posibles prácticas que faltan por ser estudiadas, son prácticas con atributos que emergen del esmero y la consolidación de valores que están en relación a la inclinación ideológica de sus creadores, a las formas de organización que han constituido y a la colaboración que han establecido con otros sectores de la industria musical; por tales factores y ante la diversidad de posibles caminos para problematizar las prácticas de producción de las microeditoras fonográficas, considero que esta investigación es relevante en tanto el conocimiento y la información que ofrece sobre factores involucrados en los comportamientos culturales de la sociedad es estratégico para los propios productores musicales, además de los académicos y me ha permitido tener una mayor comprensión sobre qué sucede y cuáles componentes de una variedad de prácticas de producción se realizan y se ponen en juego.

La descentralización de los medios de producción (Hesmondhalgh, 1996), las diversas escalas de profesionalización (Strachan, 2003), la domesticación de la tecnología y la masificación de dispositivos (Civano, 2003), la recesión económica de las transnacionales por la aparición de microeditoras independientes (McLeod, 2005) y la aparición de *netlabels* en la cultura musical (Comelles, 2012); son elementos que en conjunto demuestran la lucha asimétrica por la que han tenido que atravesar las microeditoras para llevar a cabo sus prácticas; en contraste se han generado condiciones sociales, estéticas y laborales (Cañardo, 2017) para que el músico tapatío se pueda consolidar dentro del espectro de posibilidades musicales que nos brinda el circuito alternativo del AMG y de México.

Al concluir este trabajo, puedo afirmar que estoy satisfecho con los resultados obtenidos, en tanto que considero que logré responder a las preguntas de investigación y cumplir con el objetivo planteado. Por último, quisiera por medio de esta tesis extender la invitación a investigadores de diversas disciplinas a seguir profundizando en los múltiples aspectos y prácticas que surgen dentro del fenómeno de las microeditoras independientes de música popular urbana; puesto que considero que hay un corpus de bastantes acercamientos académicos para confirmar que existe un continuo desarrollo del tema desde diferentes campos académicos al menos en los últimos 25 años.

BIBLIOGRAFÍA

Abeillé, C. (2015) *Un análisis de sociología de la cultura: Manchester sound, Factory Records y Joy Division*, Tesis de doctorado en Teoría de la literatura y Literatura comparada, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona: España.

Abreu, J. (2013). *¿Músico o Empresario? Perspectivas sobre la industria y los negocios en el sector de la música*. La Habana: Ediciones CIDMUC.

Adorno, T. (2009). Sobre el carácter fetichista de la música y la regresión del escucha. En: *Disonancias: Introducción a la sociología de la música*. Madrid: Akal. Pp. 15 – 50.

Adorno, T. y Horkheimer, M. (1998). La industria cultural. La ilustración como engaño de masas. En: *Dialéctica de la ilustración*. Madrid: Trotta. Pp. 165 – 212.

Albornoz, L. y Gallego, J. (2012). The popular music industry in Spain: independent record labels in digital era. *Revista Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação / E-compós, Brasília. Brasil 15(2)* 1- 18.

Banegas, N. (2019). Políticas públicas: un análisis desde la cultura y el cine. En: *Políticas y producción audiovisual en la era digital en América Latina*. Buenos Aires: Editorial Octubre / CLACSO. Pp. 91 – 113.

Becker, H (2008). *Los Mundos del Arte: sociología del trabajo artístico*. Bernal, Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.

Belchior Nunes, P. (2018). Colectivismo, sinergias y valor artístico: el espacio de las pequeñas discográficas independientes en Portugal en el siglo XXI. *El oído Pensante*, 6 (2). Recuperado de: <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/oidopensante/article/view/7481>

Bennet, A. & Guerra, P (Eds.) (2018). *DIY culture and Underground Music Scenes*. London: Routledge.

Benjamin, W. (2013/1989a). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. *Discursos Interrumpidos I*, Buenos Aires: Taurus. Pp. 15 – 57.

Benjamin, W. (1989b). Pequeña historia de la fotografía. (1989) *Discursos Interrumpidos I*, Buenos Aires: Taurus. Pp. 61 – 83.

Bertetti, P. (2009). La música en los tiempos de las descargas. Desmaterialización de la música y el fin de la textualidad discográfica. En Carlón, M., y Scolari, C. (Eds.). *El fin de los medios masivos: el comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.

Bezek, I. (2009). Record Labels are becoming irrelevant. En: Hamilton, J. (Ed.). *The music industry*. Gale: Greenhaven Press.

Blacking, J. (1971). Deep and Surface Structures in Venda Music. *Yearbook of the International Folk Music Council*, 3, 91-108.

Blacking, J. (1973). *How Musical is man*. Seattle: University of Washington Press.

Boilés, C. (1967). Tepehua Through-Song: A case of Semantic Signaling. *Ethnomusicology* Vol. 11, No. 3 (Sep., 1967), pp. 267-292.

Boix, O. A. (2013). *Sellos emergentes en La Plata: Nuevas configuraciones de los mundos de la música* [en línea]. Tesis de posgrado. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Recuperado de: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1015/te.1015.pdf>

Bolaño, C. (2013). *Industria cultural, información y capitalismo*. Barcelona: Gedisa.

Burnnet, R. (1996). *The Global Jukebox. The international music industry*. London: Routledge.

Cammaerts, B. (2010). *From the vinyl to one/zero and back to scratch: Independent belgian micro labels in search of an ever more elusive fan-base*. London: Media@lse Electronic Working Papers Series, 20. , London School of Economics and Political Science, Department of Media and Communications.

Cañardo, M. (2017). *Fábricas de Músicas. Comienzos de la industria discográfica argentina (1919-1930)* Buenos Aires: Gourmet Musical.

Casilli, A., Tubaro, P., Le Ludec, C., Wahal, E. (2020). En la trastienda de la inteligencia artificial. Una investigación sobre las plataformas de micro-trabajo en Francia. *Arxius de Ciencies Socials*, 41, pp. 85-108.

Civano, E. (2003). *La industria discográfica y la migración de valor*. ECCO. Facultad de Ciencias Económicas de la UBA. Argentina. Recuperado de: <https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/handle/10908/348>

Comelles Allue, E. (2012). Mapas sonoros, netlabels y culturas emergentes: Una aproximación sobre la fonografía y el paisaje sonoro en la Era Digital. *Arte y Políticas de Identidad*, 7, 187-208. Recuperado de <https://revistas.um.es/reapi/article/view/174041>

Connell, J & Gibson, C. (2007). *Sound tracks*. London: Routledge.

Córdova, M. (2019). Industrias culturales, políticas públicas y cinematografía: un análisis de sus vinculaciones en Latinoamérica. En: *Políticas y producción audiovisual en la era digital en América Latina*. Editorial Octubre.

Corona. S. (2012). Notas para construir metodologías horizontales. Coord. Corona Berkin S. Y Kaltmeier, O. En: *En diálogo. Metodologías horizontales en Ciencias Sociales y Culturales*. UDG.

Cotero Torrico, J. (2017). *Entre líneas y sonidos: los flujos del sentido en la producción de la música regional mexicana*. Tesis de maestría en Comunicación de la Ciencia y la cultura. ITESO.

Coverdale, K. (2010). *Sound, Rhetoric, and the Fallacy of Fidelity in Recorded Popular Music: Toward a Critical Approach to Timbral Analysis*. Tesis de Maestría en Artes. Recuperado de: https://www.academia.edu/13425730/Sound_Rhetoric_and_the_Fallacy_of_Fidelity

Delbecq, André; Van de Ven, Andrew; Gustafson, David (1975): *Group Techniques for Program Planning*. (Glenview, IL: Scott, Foresman & Co

Drijver den, R., y Hitters, E. (2017). The business of DIY. Characteristics, motives and ideologies of micro independent record labels. *Cadernos de Arte e Antropologia*. 6 (1). Recuperado de: <http://journals.openedition.org/cadernosaa/1192>

Du Gay, P. & Pryke, M. (Eds.) (2002). *Cultural Economy: Cultural analysis and commercial life*. Sage Publications. Esparza, M. (2015). *Casi Todo lo que sé Acerca del Vinyl*. México: Marvin.

Feixa Pampols, C. (2006). La imaginación autobiográfica. *Perifèria, Revista de Investigación y Formación en Antropología*, 5 (2).

Feld, S. (1982). *Sound and Sentiment*. University of Pennsylvania Press.

Flick, U. (2007a). *Proceso y Teorías. Introducción a la investigación Cualitativa*. Madrid: Morata.

Fouce, H. (2010). Tecnologías y medios de comunicación en la música digital: De la crisis del mercado discográfico a las nuevas prácticas de escucha. *Comunicar: Revista Científica de Educomunicación*. 34, 65-72. <https://doi.org/10.3916/C34-2010-02-06>

Fuentes-Navarro, R.; *silencio de tres prácticas de investigación*. Scientific Information System. Redalyc. Recuperado de: Luna-Cortés, C. E. (1984). "La comunicación como fenómeno sociocultural". En Fernández-Christlieb, F. y Yépez-Hernández, M. (coords.) *Comunicación y teoría social. Hacia una precisión de referentes epistemológicos*. México. UNAM. pp. 99-108.

Gallego, J. (2002). *Observación, entrevista y grupo de discusión: el* <http://redalyc.org/pdf/170/170176504.pdf>

Callejo Gallego, J. (2002). Observación, entrevista y grupo de discusión: el silencio de tres prácticas de investigación. *Revista Española de Salud Pública*, 76(5), 409-422. Recuperado de: <http://redalyc.org/pdf/170/170176504.pdf>

García Canclini, N. (2001). *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Barcelona: Paidós.

García Canclini, N. y Piedras Feria, E. (2006). *Las industrias culturales y el desarrollo*. México: FLACSO / Siglo XXI.

Gayraud, A. (2019). *Dialectic of Pop*. Falmouth. Urbanomic Press.

Gelder, K. (2007). *Subcultures. Cultural histories and social practice*. London: Routledge

Glaser, B. & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory*. Chicago. Aldine Press.

González, J. (2013). *Pensar la música desde América Latina*. Buenos Aires: Gourmet Musical.

Greene, P. (2005). “Wired sound and sonic cultures”. En Greene, P. y Porcello, T. *Wired for sound. Engineering and technologies in sonic culture*. Connecticut: Wesleyan University Press, Pp.1-22.

Guerrero, J. (2012). El género musical en la música popular: algunos problemas para su caracterización. *Trans, Revista transcultural de música*, Conicet. Universidad de Buenos Aires.

Guerrero, J. (2012). “El género musical en la música popular: algunos problemas para su caracterización”. *TRANS-Revista Transcultural de Música/Transcultural Music Review* 16. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/822/82224815008.pdf>

Havens, T., Lotz, A., & Tinic S., (2009). Critical Media Industry Studies: A Research Approach. *Communication, Culture and Critique*, 2, (2), 234–253

Heidegger, M. (1996). El origen de la obra de arte. Versión española de Helena Cortés y Arturo Leyte en: Heidegger, M. *Caminos de bosque*, Madrid: Alianza.

Hennion, A. (2002). *La pasión musical*. Barcelona: Editorial Paidós de Música.

Hesmondhalgh, D. (1996). *Independent record companies and democratisation in the popular music industry*. London: University of London.

Hesmondhalgh, D. (1998). The British dance industry: A case study of independent cultural production. *The British Journal of Sociology*. England

Hesmondhalgh, D. (1998). The British Dance Music Industry: A Case Study of Independent Cultural Production. *The British Journal of Sociology*, 49(2), 234-251. doi:10.2307/591311

Hesmondhalgh, D. (2010). *User-generated content, free labour and the cultural industries*. Ephemera Articles. Volume 10. Theory and politics organization. www.ephemeraweb.org

Hesmondhalgh, D; Jones, E; Rauh, A. (2019). Soundcloud and Bandcamp as Alternative Music Platforms. *Social Media + Society*. Recuperado de: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305119883429>

Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Society a Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*, 29 (2), pp. 105-134.

Hugill, A. (2008). *The Digital Musician*. New York: Routledge

Jannoti Jr, J. (2020). *Gêneros musicais em ambientações digitais / Belo Horizonte, MG: PPGCOM/UFMG*.

Kaitajärvi-Tiekso, J. (2016), Alternative Virtuality: Independent Micro Labels Facing the Ideological Challenge of Virtual Music Culture: The Case of Finnish Ektro Records. En Whiteley, S. y Rambarran, (Eds.). *The Oxford Handbook of Music and Virtuality*. Ney York: Oxford University Press. pp. 495 – 513.

Kaitajärvi-Tiekso, J. (2017). Challenging Streaming. Politics of Resistance of the Micro Labels in Finland in the Age of Streaming. Recuperado de: https://www.academia.edu/34239099/Challenging_Streaming_Politics_of_Resistance_of_the_Micro_Labels_in_Finland_in_the_Age_of_Streaming

Kaitajärvi-Tiekso, J. (2018). Proud Amateurs: Deterritorialised Expertise in Contemporary Finnish DIY Micro- Labels. En Bennet, A. y Guerra, P. (Eds.) *Underground Music Scenes & DIY Cultures*. London: Routledge. Recuperado de: https://www.academia.edu/42084776/Chapter_8_Proud_Amateurs_Deterritorialised_Expertise_in_Contemporary_Finnish_Diy_Micro_Labels

Kant, I. (2004). *Crítica de la razón práctica*. Madrid. Alianza. pp. 32-33.

Krims, A. (2007). *Music and Urban Geography*. University of Nottingham. Routledge

Jenkins, H. (2008) *Convergence Culture. La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Barcelona. Paidós

Leurdik, A., y Nieuwenhuis, O. (2012). *Statistical, Ecosystems and competitiveness analysis of the media and content industries: The Music Industry*. European Commission's Joint Research Centre. Sevilla

Madrid, A. (2010). *Nor-tec rifa! Electronic dance music from Tijuana to the world*. New York: Oxford University Press.

Marcial, R. (2010). Expresiones juveniles en el México contemporáneo. Una historia de las disidencias culturales juveniles. En: Reguillo, R. (coord.) *Los jóvenes en México*. México. CONACULTA.

Pont Lalli, R. y Schöndube, C. (2011). Editores independientes jóvenes. En: García Canclini, N. y Urteaga Castro, M. (Coords). *Cultura y Desarrollo: una visión distinta de los jóvenes*. Avances 65. UAM. México

Márquez, I. (2012). Música y materialidad discográfica en la era del acceso. *Razón y Palabra* [en línea], 79, Recuperado de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/V79/31_Marquez_V79.pdf

Márquez, I. (2013). *La música popular en el siglo XXI. Otras voces, otros ámbitos*. Lleida: Milenio.

Martí, J. (1998). Músicas Populares. Barcelona. Departamento de Musicología, CSIC. *Eufonía. Didáctica de la Música*, 12 pp. 7-14.

Martí, J. (2000). *Más allá del arte. La música como generadora de realidades sociales*. Balmes: Deriva Editorial.

Martín Barbero, J. (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y Hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.

Martín Barbero, J. (2010). “Convergencia digital y diversidad cultural”. En de Moraes, D.(Comp.) *Mutaciones de lo visible. Comunicación y procesos culturales en la era digital*. Buenos Aires: Paidós.

McLeod. K. (2005). Mp3 are killing home taping: The rise of Internet distribution and its challenge to the major labels music monopoly. *Popular Music and Society*, 28(4)

Monero, F. (2019). *Disco es cultura. Un recorrido por las disquerías especializadas de la ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Asociación Civil Rumbo Sur.

Moragas, M. (2011). *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gedisa.

Moreau, F. (2013). The Disruptive Nature of Digitization: The Case of the Recorded Music Industry. *International Journal of Arts Management*, HEC Montréal. Chair in Arts Management, 15 (2), pp.18-31.

Moreno, D. (2017). *Rockeros en tierra de mariachis: subculturas juveniles, espacios rocanroleros y vida musical en Guadalajara, 1957-1971*. Tesis de licenciatura en Historia. Centro Universitario de Ciencias sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara. Guadalajara, México.

Mouillot, F. (2017). *Distribution Ambiances Magnétiques Etcetera and Constallation Records: DIY record labels and the Montreal experimental music scene*. Tesis de doctorado en Communication Studies, McGill University, Montreal, Canadá.

Negus, K. (2005). *Los géneros musicales y la cultura de las multinacionales*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Olvera, J. (2018). *Economías del rap en el noreste de México: Emprendimientos y resistencias juveniles alrededor de la música popular*. Ciudad de México: CIESAS.

Orozco, G. y González, R. (2012). *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. México: Tintable.

Paloniemi, S.; Collin, K. (2012) Discursive Power and Creativity in Inter-Professional Work, *Vocations and Learning*, 5 (1), 23-40.

Paredes, J.L. (2008). Un país invisible. Autogestión, colectivos, cooperativas, microempresas y cultura alternativa. *Nexos*, Recuperado de: <https://www.nexos.com.mx/?p=12488>

Peters, M. (2010). *Sound, Space and the City: Civic performance in downtown Los Angeles*, University of Pennsylvania Press.

Pink, S. (2001). *Doing Visual Ethnography*. London: Sage.

Press, A, y Williams, B. (2010). Introduction: Modern life is a media experience. En: *The New media environment*, Wiley-Blackwell.

Reguillo, R. (1991). *En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación*. ITESO. Guadalajara. México.

Restrepo, M. (2005). La definición clásica de arte. *Saberes. Revista de estudios jurídicos, económicos y sociales*. 3. Universidad Alfonso X el Sabio. Separata. Recuperado de: <https://revistas.uax.es/index.php/saberes/article/view/769>

Rodríguez, P. (2019) *La música, un sector en crecimiento sin modelo de negocio*. Recuperado de: <https://telos.fundaciontelefonica.com/la-cofa/la-musica-un-sector-en-crecimiento-sin-modelo-de-negocio/>

Rohden, V. (2008). La autonomía como principio general del imperativo categórico. *Episteme*, 28 (2), 73-92.

Rowan, J. (2010). *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid. Traficantes de sueños.

Sapiro, G. (2019). Rethinking the concept of Autonomy for the sociology of symbolic goods. *Press Universitaires de Vincennes*, 4, Recuperado de: <https://journals.openedition.org/bssg/334#quotation>

Schachter, D. (2016). *Hacia una metodología para la recuperación del Patrimonio Sonoro Histórico. El circuito de restauración de antiguas grabaciones*. Uberlandia.

Schachter, D. (2016). Hacia una metodología para la recuperación del Patrimonio Sonoro Histórico. El Circuito de Restauración de antiguas grabaciones. *OuvirOUver*, 12(1), 86-100.

Scolari, C. (2004). *Hacer Click. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.

Seale, C. (2004). *Researching Society and Culture*. London: Sage.

- Sloan, P. (2009). Record Labels are more necessary than ever. En: Hamilton, J. (ed.). *The music industry*. Gale: Greenhaven Press.
- Spradley, J. (1980). *Participant Observation*. Orlando: Harcourt
- Sterne, J. (2012). *The sound studies reader*. London: Routledge
- Strachan, R. (2003). *Do it yourself: Industry, ideology, aesthetics and micro independent record labels in the UK*. Tesis de doctorado, University of Liverpool.
- Strachan, R. (2007). Micro-independent record labels in the UK. Discourse, DIY cultural production and the music industry, SAGE. *European Journal of the Cultural Studies*, 10 (2), 245–265.
- Sttubs, D. (2014). *El krautrock y la construcción de la Alemania moderna*. Buenos Aires: Caja Negra
- Taracena, E. (2002). La construcción social del relato de implicación en las trayectorias profesionales. *Perfiles Latinoamericanos*, 10 (21) 117 – 141. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1150210>
- Taylor, S. (2012). The meanings and problems of contemporary creative work. *Vocations and Learning: Studies in Vocational and Professional Education*, 5 (1), 41–57.
- Tolila, P. (2006). *Economía y Cultura*. México: Dirección General de Publicaciones / CONACULTA.
- Towse, R. (2010). *A textbook of Cultural Economics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Towse, R. (2014). *Advanced introduction to Cultural Economics*. Elgar Publishing.
- UNESCO (2009). *Política para la creatividad*. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Recuperado de: www.unesco.org/new/filesadmin/MILTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Conv2005_guia.pdf
- Valenzuela, J. (2010). *Paso del Nortec This is Tijuana!* México: Trilce.
- Valtierra, J. A. (2005). El rol del rocanrol en Guadalajara. En: A. Medina García (coord.) *Música y Danzas Urbanas*. Guadalajara: Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Jalisco.
- Vasconcelos, H. (2004). *Perfiles del sonido*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Vassallo de Lopes, M. (1999). La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas. *Diá-logos de la comunicación*, 56.

Velásquez, S. (2010). La singularidad de la industria del disco independiente de música tradicional en la región andina de Colombia. En: *¿Popular, pop, populachero? El dilema de las músicas populares en América Latina. Actas IX Congreso IASPM-LA*. Uruguay.

Yebra, J. (2013). “El encuentro entre música y comunicación: revisión y propuesta de lugares comunes para la consolidación de un campo interdisciplinar”. En Vicente Mariño, M; González Hortigüela, T. & Pacheco Rueda, M. (Coodrs.) *Investigar la Comunicación hoy. Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas: Simposio Internacional sobre Política Científica en Comunicación* Vol. 1, (Comunicaciones 1), (pp. 33-46) Segovia, España.

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

Entrevistas

Audirac, J. (2019). (R. Guzmán, Entrevistador), Guadalajara, Jalisco.

Damage, R. (2018). (R. Guzmán, Entrevistador), Guadalajara, Jalisco.

Martínez, D. (2019). (R. Guzmán, Entrevistador), Guadalajara, Jalisco.

Bolo (2019) (R. Guzmán, Entrevistador), Guadalajara, Jalisco.

Printzen, M. (2019). (R. Guzmán, Entrevistador), Guadalajara, Jalisco.

Chass (2019). (R. Guzmán, Entrevistador), Guadalajara, Jalisco.

ANEXO

Guion entrevista semiestructurada

No.	Pregunta	Eje Temático
01	¿Cómo describirías la escena musical en Guadalajara?	Contexto
02	¿Cómo ha sido la escena musical en los últimos cinco años?	Contexto
03	¿Qué tipo de música “alternativa-independiente” reconoces en el AMG?	Contexto
04	¿Qué relación tienes con la música?	Contexto
05	¿Define tu sello discográfico?	Sello Discográfico
06	¿Cómo ha persistido su sello discográfico en relación a los años y la industria musical?	Sello Discográfico
07	¿Cuál crees que es el aporte que hace tu sello a la música en la AMG, México y el mundo?	Sello Discográfico
08	¿Qué tipo de público es el que los escucha o consume su música? Caracterizar el perfil de la audiencia	Audiencia
09	¿Cómo describirías musicalmente el sello discográfico?	Estética
10	Describe cómo son las decisiones estéticas (música y diseño) en sus lanzamientos y su relación con el artista.	Estética
11	¿Cómo financian sus proyectos?	Económico
12	¿Qué fin tiene producir música en dispositivos tecnológicos?	Tecnología
13	¿Qué softwares son los que se están usando o dan la facilidad de producción y distribución?	Tecnología / Distribución
14	¿Qué innovación encuentras en los sellos discográficos actuales?	Tec, Est, Prod.
15	¿Cómo difunden la música actualmente ?	Distribución
16	¿Dónde puedo encontrar tu música en el AMG?	Distribución
17	¿Algo más que quieras mencionar o profundizar?	General