

PARTE DE LA RELIGIÓN. UN ABORDAJE CRÍTICO SOBRE LA PRODUCCIÓN MUSICAL INDEPENDIENTE EN ARGENTINA.

Guillermo M. QUIÑA¹

Resumen

El objetivo de este trabajo es comprender la articulación de la producción musical independiente con los procesos de reproducción del capitalismo contemporáneo en Argentina. Para ello analiza las representaciones de sus actores desde la perspectiva contextualista de los estudios culturales y a partir de un enfoque metodológico cualitativo. Argumenta que las representaciones de libertad, autenticidad y originalidad conforman una tríada que, junto a la tradición del disco y bajo una apariencia contraria, permite articular el fenómeno de la música independiente con el orden hegemónico actual.

Palabras clave: música independiente - disco – tradición – hegemonía - Argentina.

¹ Doctor en Ciencias Sociales (Universidad de Buenos Aires). Es docente de Teoría Sociológica Contemporánea en la carrera de Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires y desempeña tareas de investigación en el Instituto de Investigaciones Gino Germani. E-mail: gquina@sociales.uba.ar

Fecha de recepción del artículo: Agosto 2013

Fecha de evaluación: Octubre 2013

Abstract

The aim of this paper is to understand the articulation between independent music production and the reproduction processes of contemporary capitalism in Argentina. With this objective we analyze the representations of its actors from the contextualist perspective of cultural studies and through a qualitative methodological approach. We argue that the notions of freedom, authenticity and originality forms a triad which together with the disc tradition and under a contrary appearance allows to articulate the independent music phenomenon with the current hegemonic order.

Keywords: independent music - disc – tradition – hegemony - Argentina.

Résumé

Le but de ce travail est de comprendre l'articulation de la production de musique indépendante avec les processus de reproduction du capitalisme contemporain en Argentine. Nous avons analysé les représentations des acteurs dans la perspective de contextualisation des études culturelles et d'une approche méthodologique qualitative. Nous soutenons que les représentations de la liberté, de l'authenticité et de l'originalité forment une triade qui, conjointement à la tradition du disque et sous une apparence contraire, permet l'articulation de ce phénomène avec l'ordre hégémonique contemporain.

Mots-clés : musique indépendante – disque – tradition – hégémonie – Argentine.

1. Introducción

Uno de los fenómenos más característicos de la esfera cultural actual a escala global es el desarrollo de la producción musical independiente. Alimentada por la difusión de nuevas tecnologías digitales, las redes sociales virtuales y el intercambio de archivos peer to peer (P2P), ha basado su crecimiento tanto en el trabajo autogestivo por parte de los propios músicos como en la proliferación de pequeños sellos, constituyendo un espacio alternativo al circuito de las compañías discográficas multinacionales, los conglomerados multimedia y los conciertos en grandes estadios de fútbol. Desde la economía política se ha señalado que mientras la búsqueda de ganancia caracteriza el accionar de las discográficas multinacionales, la producción cultural independiente, sin que desaparezca el interés por el lucro, rige su actividad por objetivos de índole estética, ideológica o política (Zallo, 1988), aunque la heterogeneidad y diversidad que la constituyen dificulta identificar sus fronteras a simple vista.

Esta multiplicidad característica de la música independiente encierra una riqueza singular para el análisis de la producción cultural contemporánea. Al complejo entramado de intereses, no exento de conflictos, dada la presencia de actores de distintos tamaños y vínculos con instituciones gubernamentales y grandes compañías discográficas (Corti 2009; Luker, 2010), se suma un conglomerado de representaciones que tensiona los sentidos asumidos por la producción musical independiente según los intereses en juego. Sin embargo, en un capitalismo donde las industrias culturales juegan un papel decisivo en la reproducción social y en cuyo marco la cultura se ha reconocido, en especial en América Latina, como un recurso para el desarrollo social y económico (Yúdice, 2002), la dimensión representacional de la producción musical independiente ha sido escasamente investigada por las ciencias sociales. Es esto lo que nos proponemos abordar en este artículo: nos interesa identificar la multiplicidad de sentidos que la constituye así como su articulación con el todo social y sus procesos de reproducción.

En atención a ello recuperamos la perspectiva contextualista de los estudios culturales (Grossberg, 2006) y desplegamos una metodología cualitativa basada en la entrevista etnográfica, aprovechando su capacidad para tratar con múltiples y diversos contextos (Sautú 1999), habiendo elegido la ciudad de Buenos Aires en virtud de la concentración en ella de producción musical independiente editada y en vivo.² Hemos adoptado una estrategia de triangulación de fuentes consistente en la inclusión de artículos periodísticos publicados entre 1999 y 2008 en los suplementos de cultura juvenil de dos diarios de tirada nacional, Clarín y Página/12, para indagar los diversos sentidos que conviven en torno del fenómeno en cuestión.

2. Múltiples sentidos en tensión

La producción musical independiente suele reconocerse alejada de la órbita de la gran industria discográfica y los sellos multinacionales, aunque existen múltiples sentidos que tensionan su definición en virtud de los intereses de sus actores. A partir de nuestro trabajo de campo, hemos podido advertir tres grandes núcleos de sentido que delimitan los modos en que es entendida y cuya articulación se encuentra en permanente tensión: como pequeña empresa, como creación artística y como trabajo artesanal. En torno de ellas se articula una miríada de significados que involucra a los músicos, los propietarios de sellos, la gestión cultural, el trabajo artístico,

² El trabajo de campo, realizado entre 2008 y 2011, ha procurado incluir a los distintos actores que intervienen en ésta, delimitándose según el principio de saturación teórica (Glaser y Strauss, 1967) a medida que las entrevistas con los actores nos brindaron datos suficientes respecto de las distintas representaciones indagadas.

etcétera, acentuando, según los intereses en cuestión, distintas características del fenómeno. El primero de ellos se centra en reconocer a la música independiente como acumulación de capital en potencia y en procura de su despliegue se le dispensa atención, alimentando una suerte de sueño americano de éxito musical desde míticos orígenes de desposesión y sacrificio, donde los actores principales son los inversores, propietarios o bien los músicos en cuanto emprendedores o, lo que es lo mismo, productores privados e independientes (Marx, 2001) de mercancías musicales, a partir de cuya realización son reconocidos como tales. Un segundo conjunto de representaciones se centra en el trabajo de creación artística, encontrándose principalmente entre los músicos e intermediarios (gestores, críticos, programadores, etcétera), para quienes la producción musical independiente ofrece un espacio de exploración, innovación y creación que constituye la principal motivación de su actividad. Finalmente, el tercero enfoca la producción musical independiente desde la particularidad que supone trabajar sin grandes capitales y en condiciones precarias, conformando un trabajo artístico de tipo artesanal donde predominan relaciones de amistad y compañerismo por sobre las mercantiles o contractuales y signado por el amor al arte antes que la búsqueda de lucro.

La articulación de estos tres grupos de representaciones así como la prevalencia de unos sobre otros se encuentra sujeta a los procesos históricos. En el marco de la crisis económica argentina hacia fines de la década de 1990, la producción de música independiente representó una valiosa estrategia de supervivencia de muchos músicos que habían perdido sus empleos, fortaleciendo el tercero de los grupos representacionales descriptos, en especial en torno del rol de los vínculos solidarios y afectivos entre colegas, familiares y amigos, en sintonía con la importancia que Yúdice (2002) ha asignado a la cultura como recurso. A su vez, gracias a la capacidad que la música popular tiene para expresar las emociones en el espacio social (Frith, 1996), la música independiente significó un canal legítimo de expresión del drama social de entonces, animando el segundo grupo de representaciones, asentado sobre la importancia de la sensibilidad y la creatividad musicales. Luego, en el marco de la recuperación económica iniciada en 2003, se reconoció gradualmente la capacidad de la música independiente de constituirse en una pequeña industria cultural que, inclusive, comenzaba a institucionalizarse y profesionalizarse de a poco. Amén de ello, no dejó de representarse como un espacio donde primaba la diversidad y originalidad musical, los vínculos horizontales, el amor a la música y el desinterés comercial.

En efecto, bajo el paraguas de la música independiente conviven, tal lo han planteado Ochoa y Botero (2009) en el caso de Colombia, múltiples formas de intercambio más allá de la estrictamente monetaria. Desde nuestro punto de vista, amén de lo cierto del señalamiento, se requiere analizar desde una perspectiva crítica la relación de poder que existe en esa convivencia. La valoración de la música independiente en términos de sus formas mercantiles,

como un negocio lucrativo que merece atención y promoción por parte de los actores de mayor peso político y económico, ocupa una posición hegemónica respecto del resto de los sentidos que aquella adquiere para muchos otros actores. El despliegue de su análisis exige problematizar la relación que la producción musical independiente establece con el todo social, recuperando el contexto en que sucede como el origen y el fin de nuestra investigación (Grossberg 2006).

Pues estos sentidos se despliegan en el marco de un desarrollo histórico capitalista que, como sostienen Boltanski y Chiapello (2007), ha podido apropiarse de nociones críticas desplegadas por sus detractores décadas atrás, en especial sobre las limitaciones sobre la creatividad, la libertad y la autonomía, vehiculizándolas en favor de un nuevo régimen de organización flexible del trabajo: la industria cultural es uno de los sectores donde más se las ha movilizadas.

En este contexto, se reafirma la necesidad de atender a la presencia de relaciones de poder entre los actores y la existencia de lugares hegemónicos y subalternos en torno de la música independiente, donde no siempre se confronta o resiste sino que se convive en tensión según las circunstancias históricas. Además, los múltiples sentidos asignados a la producción musical independiente no se limitan a su propia actividad, sino que se vuelven extensibles al todo social a través de la cultura entendida como modo de vida, en un sentido total (Williams, 2001), sea a través de nociones hoy globalmente aceptadas como “autonomía” o “creatividad” o bien de los procesos más amplios de acumulación de capital en las industrias de la cultura en que aquella interviene.

En procura de reconstruir el vínculo de la producción musical independiente con la totalidad social en el plano de la representación hemos entrevistado a sus actores. Tanto los productores como los intermediarios musicales brindan miradas fundamentales para comprender la multiplicidad de sentidos de la música independiente, no a efectos de reconocer meramente “luchas simbólicas” sino para articularlas teórica y críticamente en torno del concreto histórico en que tienen lugar.

En la exploración de aquellas diferentes voces detectamos tres componentes ideales centrales acerca de cómo es caracterizada la música independiente que atraviesan los tres grupos de representaciones ya mencionados, articulando y reforzándose entre sí, y conformando un armazón representacional que hemos dado en llamar la “santísima trinidad” de la producción musical independiente.

Se trata de una suerte de brújula tripartita para la definición y valoración de ésta por parte de quienes intervienen en ella, sostenida sobre las nociones de libertad, autenticidad y originalidad. La primera de ellas responde a las características asumidas por el proceso de trabajo, respecto de la no intervención de factores extraños sobre la plena voluntad creadora del músico; la segunda hace alusión a la valoración del trabajador musical como quien es capaz de desatender los

intereses comerciales en pos de mostrarse en su música “tal como es”; la tercera remite al resultado de todo ello: un producto musical que no reproduce sino que se distingue del resto.

3. Libertad

El carácter independiente de la práctica musical se afirma no sólo en la composición y ejecución de música sino también desde las distintas prácticas profesionales que supone y conforman lo que se denomina la gestión, tanto del ejercicio en vivo como editorial. En este sentido, el músico adquiere el protagonismo y carga sobre sus hombros múltiples responsabilidades, desde encargarse de buscar salas donde tocar en vivo, realizar la difusión del evento, organizar la venta y control de entradas hasta grabar, editar, mezclar, duplicar y distribuir su propio material, si bien existen múltiples posibilidades de tercerización de cada una de estas actividades y combinaciones entre ellas.

Con todo, se advierte una noción de libertad centrada en la producción musical en sentido estricto, manifestada como el objetivo principal de los músicos: hacer la música que deseen sin obstáculos ni condicionamientos externos. Según Javier, uno de los músicos entrevistados, cuya banda lleva más de una década de trabajo autogestivo, “es la posibilidad de llevar la música que hace la banda, el músico, el joven, no sé... que sale de la sala [de grabación] sin ninguna mano extraña de ningún productor [artístico] externo puesto por la compañía, ningún manipuleo de compañía, eso es la música independiente.”

El planteo de una producción musical fundada meramente en la voluntad de los músicos constituye un trasfondo fundamental para la música independiente y se reconoce uno de los motivos centrales en la adopción de la autogestión discográfica como alternativa ante su avasallamiento por parte de los grandes sellos discográficos. Otro de los músicos con varios años de experiencia autogestiva que entrevistamos, Lisandro, sostenía que mientras los sellos tienden a reproducir las semejanzas entre los distintos discos que editan, los músicos, al no tener que obedecer a un representante del sello indicándoles “cómo tienen que sonar, suenan como ellos quieren [...] Por eso es que hay un montón de artistas que terminan editándose a través de sus propios sellos.”

La concreción de esta voluntad se pone en movimiento en la gestión de la actividad editorial y en vivo, donde se abre un abanico de múltiples posibilidades para llevar adelante sus distintos pasos.

La opción más “pura” de todas las que se encuentran disponibles para los músicos consiste en la plena autogestión durante todo el proceso. Desde la concepción, planificación y organización de las tareas hasta la grabación, mezcla o edición pueden encontrarse en manos de los músicos,

según sus posibilidades materiales, generalmente vinculadas a la disponibilidad de sala y equipos propios y, naturalmente, al presupuesto disponible para afrontar la contratación de profesionales en las distintas etapas.

La libertad se reconoce, por tanto, sobre el trabajo musical en sentido estricto y en términos del control sobre las distintas etapas del proceso de trabajo. A diferencia de quienes editan y distribuyen su disco por medio de una empresa discográfica, el músico que se edita a sí mismo obtiene el control sobre el producto final ya que, como sostenía Pablo, guitarrista de un grupo que lleva más de 10 años de trayectoria, de modo “independiente podés sacar lo que quieras, podés editar dos horas de ruido blanco que es tuyo y nadie te puede decir nada” al tiempo que se cuenta la ventaja de controlar el propio trabajo: “vos manejas, sabés cuántas descargas tuvo, sabés todo, tenés el control total de lo que pasa”.

Sin embargo, mientras por un lado las nuevas tecnologías digitales hogareñas simplificaron el trabajo de edición musical, por otro, pocas bandas musicales cuentan con los equipos e infraestructura adecuados para grabar y editar un disco con calidad suficiente a los fines de lanzarlo a la venta: sala acustizada, micrófonos adecuados, consola mezcladora, entre otros equipos y dispositivos necesarios. Cuando se cuenta con menos equipamiento, debe destinarse una porción mayor del presupuesto total para cubrirlo, debiendo afrontar, por ejemplo, el alquiler de la sala de grabación, la mezcla o masterización. En realidad, ese obstáculo tiende a ser menor cuanto menos instrumentos participen, en virtud de la cantidad de pistas para grabar, equalizar, mezclar y editar, aunque no por ello desaparece.

Por otra parte, las ventajas de trabajar con pequeños sellos independientes radican en la etapa de la edición, distribución y venta, mas no en la creación de contenidos musicales, por lo que su presencia en el proceso de producción musical no se reconoce como un obstáculo para aquella libertad.

En cambio, según muchos músicos la gran industria musical interfiere no sólo en cuestiones administrativas o de gestión y publicidad de la actividad sino en especial -mediante la figura del productor artístico, quien interviene mayormente en el trabajo dentro del estudio de grabación- sobre el material musical, la instrumentación y los arreglos, intentando acercarlo al gusto masivo, de modo de “amigarlo” con los potenciales consumidores y minimizar el riesgo empresario, dado que, tal nos indicó Javier, “[...] ninguna compañía está dispuesta a probar con nada nuevo, ellos van a lo seguro, a lo que saben que vende...”.

La ausencia de grandes compañías discográficas, multimedios y sponsors ejerce así una suerte de fuerza liberadora sobre la producción musical, aún cuando se represente como una actividad profesional y sea reconocida la importancia de la venta de entradas a conciertos o discos como condición de subsistencia de los músicos.

En conclusión, la libertad del músico a la hora de producir el material según su propio criterio artístico, gusto y preferencias musicales es valorada como una de las mayores fortalezas de la producción musical independiente. En virtud de esto, los actores resignifican el quehacer musical en condiciones muchas veces precarias, de modo que la libertad creativa se presenta como una conquista sostenida a fuerza de sacrificio y entrega hacia la música, la cual adquiere así un cierto sentido libertario.

4. Autenticidad

Las representaciones de creatividad y libertad del artista, así como del gestor musical, son asumidas por los distintos actores como elementos que hablan de un carácter genuino, auténtico, de quien se desempeña en la producción musical independiente. En tanto la autenticidad ha sido una cuestión central en la música de masas (Thornton 1996), la actividad musical en la Argentina, en la época de las tecnologías de información y de digitalización de las producciones culturales, no ha sido indiferente a la revalorización de la ejecución en vivo como garantía de autenticidad (Adell, 2004), algo que en la música independiente se ve acentuado dada la primacía del vivo en virtud de su capacidad de generar ingresos para los músicos. Sin embargo, varios sentidos de lo auténtico en nuestro caso específico parecen fuertemente anclados en las particularidades señaladas en el punto precedente.

Respecto de los músicos, el sentido auténtico de su trabajo se vincula a una cierta honestidad artística, donde las condiciones de libertad con que se trabaja permiten atender al contenido musical, a la riqueza de su propuesta artística antes que a la necesidad u obligación de “sacar” productos al mercado con la regularidad que requieren los grandes sellos discográficos. Patricia, conductora y crítica musical en una radio comunitaria, lo ilustra con el caso de una cantante que, si bien con su grupo había editado discos regularmente, en su trabajo solista habían transcurrido seis años desde su último disco, ya que había decidido lanzarlo cuando tuvo “algo para decir”, siguiendo su propia voluntad. Según Patricia, mientras en los grandes sellos los músicos “por contrato tienen que sacar un disco cada dos años [...] donde ‘hay que cumplir’, ‘una banda independiente ‘no cumple’, cumple con ellos, no cumple con nadie más.”

El sentido de la autenticidad puesto en cumplir con ellos mismos se reconoce una potencialidad del trabajo independiente que abre paso a la libre expresión del músico y que redundaría en una valorización del contenido musical a partir de constituirse en medio para esa expresión. De tal modo, la autenticidad en la música independiente mantendría el sentido histórico de los relatos de lo auténtico en el rock (Ochoa, 2002), no necesariamente contestataria en términos de sus líricas sino anclada en el mero hecho de ser realizada fuera de los límites de las grandes

compañías de música. Como hemos advertido en el punto anterior, esa ajenidad se representa como una lógica donde el interés comercial pasa a un segundo plano, lo cual aquí llega a ser entendido como un desafío al propio carácter comercial de la música.³

Según Zabiuk (2007), la valoración de la autenticidad en el rock local se remonta a los principios de la década de 1970, cuando se la vinculó a una cierta vertiente “intelectual” y sofisticada en un enfrentamiento imaginado con la música “comercial”, en lo cual la colaboración de la prensa gráfica especializada fue determinante. En la actualidad, si bien subsiste la oposición entre lo auténtico y lo comercial, reconociendo al afán de lucro como una suerte de garantía de lo inauténtico, y en virtud de las nuevas posibilidades técnicas de que disponen los músicos para poner ellos mismos en funcionamiento su trabajo, la noción de autenticidad se centra en la figura del músico como compositor, ejecutante y gestor,

³ Corresponde aquí notar el lugar que se le ha reconocido a la autenticidad en la música, particularmente en el rock. En uno de los trabajos más recientes al respecto, García (2008) reconoce la importancia de la noción de autenticidad en este género y la vincula a las estrategias de distinción que lo atraviesan. La autora advierte que las producciones musicales del llamado “underground”, movilizandando la noción de autenticidad, suelen entenderse como resistentes, alternativas o contestatarias al tiempo que abonan lógicas de distinción que reproducen posiciones de desigualdad en el campo y alimentan al mercado musical al ofrecer una renovación musical permanente. Amén de lo interesante del planteo, resulta problemático pensar al concepto de autenticidad como si se tratara de una sustancia que termina resultandando una suerte de presea por la que los distintos actores se enfrentan y negocian posiciones de poder. Si bien es cierto que la autenticidad se asume como una cosa que puede poseerse (ser auténtico) o perderse (dejar de serlo), esto constituye la forma en que es representada por los sujetos y la observación de que integra lógicas de distinción no sólo no agota su sentido sino que desatiende los mecanismos concretos mediante los cuales se produce. Por nuestra parte, en el despliegue aquí realizado hemos procurado identificar las determinaciones de la música independiente, esto es, sus especificidades tal y como se presentan en nuestro caso, en pos de reconocer las relaciones sociales que constituyen la noción de autenticidad (también la de libertad y originalidad) y dan cuenta de su naturaleza social. Ello supone reconocer a la música (aun la independiente o “underground”, según los términos de García) no sólo en su dimensión de producto para el consumo, disponible en un mercado, sino en tanto una relación social concreta, con sujetos vivos en condiciones materiales determinadas produciendo música, en las que la propia noción de autenticidad es construida y movilizadada. La correcta observación de que la autenticidad es una construcción social cuya presencia en las lógicas de distinción adquiere un papel central poco dice acerca de cómo se produce, en qué relaciones sociales concretas y qué papel juega en la reproducción de desigualdades al interior de los procesos de producción musical. Esto es uno de los motivos por los cuales la autenticidad puede confundirse entre una virtud de la obra musical en cuanto tal y una característica de que es investido un músico o un grupo musical.

invistiéndolo de un carácter que excede la mera música que produce.

Por otro lado, la autenticidad no se funda en juicios estéticos e incluso puede llegar a disculparlos, por cuanto lo que importa aquí no es la música como algo escindido de su productor sino el resultado de su expresión artística. Es ilustrativo al respecto el testimonio de Pablo, bajista de una orquesta que ha editado varios discos de modo autogestivo:

“[...] yo puedo ver una banda punk que no me guste lo que haga, pero si veo que hay una actitud y un tema con una letra rebuscada y una puesta en escena... y ellos tienen actitud y ellos miran al público... y son punks de verdad (no se hacen los punks, por ejemplo, como era Luca [N. del R.: Prodan, el cantante del grupo musical de los años ochenta, Sumo]), creo que en eso hay que rescatar la autenticidad de lo que hace el artista.”

La autenticidad se asume, de este modo, como una de las condiciones que enriquecen el vínculo humano, tanto con el público como con el resto de los músicos y otros actores. Al no mostrar en su música otra cosa que lo que verdaderamente es, se garantiza una relación transparente donde el músico no esconde sus convicciones, sean de índole política, estética o cualquier otra. Eso está habilitado por el desinterés con que se lleva adelante la producción musical independiente, desplegada sin seguir una lógica instrumental o racional sino, como nos indicaba Lisandro, músico, crítico y conductor radial, respetando las propias convicciones, pues se trata de “música generada por un artista que no se traicionó, no por un artista que dijo ‘esto nunca lo voy a hacer’ y después terminó haciéndolo [...] es algo que se hace sin calcular [sus] repercusiones o éxitos.” En otras palabras, lo auténtico en la música independiente no sólo se funda en la ausencia de copia (de sí mismo, de una moda musical, de otra banda), sino en un reflejo que se entiende transparente de lo que un músico es, desde su dimensión humana como una persona consecuente y honesta con sus convicciones.

Esta noción de lo auténtico se apoya en la dimensión del vínculo entre los actores, caracterizado en la producción musical independiente como de tipo horizontal, vacío de fines comerciales, sobre el que, a la vez, vuelca un contenido humano.

Se trata de una construcción social de “autenticidad” en tanto que resultado de las condiciones concretas en que tiene lugar el trabajo musical independiente, lo cual abre paso a un tercer sentido problemático, vinculado con la noción de creación artística, donde está en juego la dimensión creativa de la acción subjetiva en la producción musical independiente: su carácter original.

5. Originalidad

La autenticidad, tal como hemos desplegado, se vale de la libertad que caracteriza el proceso de trabajo musical independiente para, a través de la música, expresarse como tal. El producto de un trabajo libre realizado por un trabajador auténtico asumirá, por tanto, una singularidad. Ahora bien, ¿es posible reconocerla en el objeto musical? ¿En qué consiste?

Un proceso de trabajo libre de intervenciones ajenas a los músicos, sean por parte de una compañía discográfica, un sponsor u organismo de gobierno, se reconoce como vehículo de la creatividad de compositores, ejecutantes, arregladores, etcétera. La pequeña escala de producción, los avances en materia de tecnología digital, su abaratamiento y masificación han permitido que se multipliquen las opciones de circulación para muchas músicas sin necesidad de constituir un negocio para las grandes compañías. En este contexto, el producto musical se encuentra con mayores posibilidades para desplegar su diversidad, aun cuando ello suponga alejarse de los preceptos musicales de moda. Esto nos confiaba Pablo sobre lo que distinguía al trabajo de su banda musical respecto de otras en la actualidad:

“[...] nadie hace orquestación, o sea, las bandas son bandas de rock, pop o lo que sea pero [la nuestra] lo que tiene es ese remanente de los [años] sesenta de poner a un cuarteto de cuerdas y grabarlo y hacer una orquestación de eso y que la banda se mantenga con eso, que salgas a tocar con eso, ...y tener un ensamble de vientos está buenísimo, vos cuando arrancan la sección de vientos [decís] ‘-¡Epa!’ Ahí ves la diferencia.”

Además de innovar o apelar a elementos novedosos o bien inusuales en la música popular contemporánea, la independencia también es reconocida por gran parte de los músicos como la posibilidad de desprenderse de la estricta división de géneros musicales. Por su parte, éstos han sido vistos, en gran medida, como algo funcional a la gran industria de la música en tanto les facilita sus estrategias de difusión y rotación en radio y TV. Por ello, si bien la música independiente se nutre en varios sentidos del rock, establece una tensión con éste en tanto género, ya que una de sus mayores virtudes es la de no necesitar ajustarse a las divisiones de la industria discográfica y poder exceder, trasvasar esos límites.

En esta dirección lo original no consiste en lo enteramente nuevo o diferente respecto de lo que ha sido conocido,⁴ sino de lo que hoy representa la música hegemónica sostenida por las

⁴ Bannister (2006) advierte que la música globalmente denominada *indie* (que no es estrictamente

grandes compañías discográficas. Según Patricia, es posible distinguir un signo característico de ello en lo que denomina “propuesta musical” y que diferencia de la “calidad del sonido” -algo en lo cual la industria musical de gran escala es especialista-, por ejemplo en el caso de Bandana, el grupo musical ganador de un reality show cuyos discos editó el sello SONY-BMG, donde:

“[...] el producto [musical] está bien hecho, es bueno en calidad y tiene unos músicos que lo pueden soportar y las cuatro o cinco pibas [N. del R.: jóvenes] que habían elegido [como vocalistas], tenían con qué sostenerlo. Entonces, como producto, el producto es impecable, la propuesta musical es una cagada, pero musicalmente suena increíble. [...] Ahora, la propuesta musical es una mierda, las canciones son un asco.”

Resulta interesante la distinción realizada entre la “calidad” y la “propuesta” en este testimonio; habría un tipo de música (el tipo comercial que ejemplifica el grupo musical Bandana) donde lo importante es el sonido, la calidad de la ejecución y el talento de los intérpretes, alcanzando estándares muy altos gracias a los recursos económicos, técnicos y profesionales con que cuenta, mientras se relegan otros sentidos de la música en tanto producto del ejercicio humano creativo. Esta crítica parece recuperar el espíritu de la formulada por Adorno hacia la música popular en la industria cultural (Adorno, 1989 y 2006), centrada en la simplicidad de su contenido estandarizado así como en el mero esquema “estímulo-respuesta” propiciado por su industrialización; lo que está en juego es la riqueza de la música como producción artística, la variedad, lo diferente. Según nuestra entrevistada,

“[...] todos los productos [musicales realizados por] Chris Morena [N. del R.: productora de espectáculos y grupos musicales como Bandana] o lo similar suena todo igual, fundamentalmente suena todo igual. [...] [Hay otras bandas que] tienen una propuesta musical, porque la tienen, porque tiene algo para decir y lo dicen, si no, no son música, porque te sentás a hablar y tienen algo para contarte, porque les pasa algo con las canciones que hacen.”

Existe así también una ligazón entre el carácter auténtico de un músico y su obra, donde lo

equiparable a lo que en Argentina se denomina música independiente aunque comparte elementos en su definición) ha respetado ciertos cánones de la música hegemónica, particularmente en torno del rock, aunque ello ha sido más de modo implícito que explícito, procurando salvaguardar la noción de originalidad a la que pretendidamente se ajusta.

auténtico y lo original se sostienen mutuamente. El carácter original de la música se asienta así sobre la particularidad del trabajo musical independiente en tanto se mantiene ajeno a los intereses comerciales y a los plazos que éstos imponen. Un carácter que la industria musical a escala masiva no sólo dificulta sino que se estructura en un sentido opuesto, atendiendo a sus necesidades de venta, estudios de mercado y proyecciones de gastos e ingresos mediante, en tanto lo independiente en la música, como indicaba Javier, “tiene una cuestión más artística, está en el tema de descubrir cosas nuevas, en la búsqueda de la música, la investigación”.

En los sentidos de lo original del trabajo musical opera así un reconocimiento de las capacidades compositivas e interpretativas de los músicos, valorando la experimentación, el cambio, la innovación. Respecto de esto, Patricia nos confiaba su alegría cuando encontraba “una cantante cantando mejor y distinto al disco anterior”, “un muy buen baterista que le dio un cambio absoluto a la banda” o “una cantante que decide no cantar como dice el mercado que tiene que cantar”.

Esta noción de originalidad, donde ante la estandarización de la industria musical el lugar de la creatividad se localiza al interior del espacio independiente, es iluminada por el planteo de Dalton, según quien “los productos creativos entran en un ambiente social al mismo tiempo en que son formados por él” (2004: 617), complejizando aquella dicotomía y reconociendo el lugar que le corresponde a la acción creativa en los procesos sociales más amplios. Veamos a qué nos referimos.

Mientras el lugar de la originalidad como resultado de prácticas humanas creativas, innovadoras, diferentes, se aleja de la habitualidad reconocida en el funcionamiento de la música “comercial”, como lo idéntico, repetitivo, estandarizado, la industria musical debe lidiar con aquella obsolescencia. En los términos de Adorno, se trata de reconocer el carácter histórico de la originalidad de la obra, dado que “está afectada por una injusticia histórica: por la prevalencia burguesa de los bienes de consumo que han de convertir lo siempre igual en siempre nuevo para conseguir clientes” (1983: 227-228). Frente a esta necesidad, busca permanentemente “la novedad”, a efectos de sorprender al mercado con su nuevo repertorio; en gran medida, es ésta la labor de los llamados “productores artísticos”, quienes poseedores de un saber musical y muchas veces largas trayectorias en la música, recorren, escuchan, indagan “nuevas músicas” que puedan servir para la renovación de los catálogos de los grandes sellos. Según Julio, gerente de un pequeño sello musical, las discográficas multinacionales “tienen el poder y lo usan y deciden a criterio y como les convenga. Las independientes no tienen casi recursos económicos y se deben conformar con el pequeño espacio que les queda” por lo que los músicos independientes que quieren crecer profesionalmente deben establecer contratos con ellas.

Una posible lectura de lo planteado indicaría que es precisamente el momento en que un músico deja de pertenecer a la música independiente para ser contratado por un gran sello discográfico cuando lo creativo sucumbe ante lo idéntico. Sin embargo, esto no quita que nos encontremos ante la tensa particularidad de que la música independiente produce una originalidad que resulta exactamente lo que necesita luego la industria cultural para reproducirse, como según García (2008) sucedería con el rock.

Si en dinámica de consumo contemporánea la obsolescencia rige los tiempos cada vez más acelerados y acotados de que dispone la industria, también la cultural, para la valorización de sus productos, no sólo se requiere un análisis que conciba la acción creativa tanto desde la agencia como desde la estructura, sino la indagación de los procesos históricos concretos, su particularidad, en nuestro caso, por una necesidad permanente de renovación de mercancías obsoletas que no es posible lograr sin el trabajo innovador de la acción humana creativa.

Lo descubierto nos permite señalar que antes que escindir la capacidad de creación de los sujetos individuales, se requiere analizar las condiciones específicas del trabajo musical. De tal modo, nos hemos encontrado con que si bien los actores participan de la construcción de sentidos que enfrentan la capacidad creativa de la acción musical con la habitualidad de la industria cultural, es la dinámica mercantil de la cultura la que, en el marco de un capitalismo fuertemente sostenido sobre nociones de creatividad, autonomía y flexibilidad (Boltanski y Chiapello, 2007), se pone en movimiento con estos sentidos de lo original y la que otorga fuerza al término en tanto sobre ello descansa su negocio. Esto tiene lugar mediante un particular mecanismo en que intervienen los tres componentes representacionales mencionados, exponemos a continuación.

6. Del disco como tradición a la independencia como religión

¿Cuál es la importancia que esta tríada tiene para la comprensión del fenómeno de la música independiente? Desde nuestro punto de vista, es doble. Por un lado, singulariza en términos ideales a esta última, cargándola de sentido para los sujetos que en ella se desempeñan, tal se ha expuesto. Por otro, al hacerlo fortalece el vínculo que la música independiente guarda con la producción de mercancías culturales, es decir, con la industria cultural en gran escala, aún cuando la propia sea mucho menor. Esto es posible en tanto el disco o álbum no sólo es la forma mercantil de la cual ambas se valen sino que se encuentra investida de una legitimidad en cuyo sostenimiento esta articulación de representaciones contribuye significativamente.

Para comprenderlo, es necesario reconocer la cultura juega un papel fundamental en el proceso de construcción y reproducción hegemónica, donde los sujetos intervienen activamente. Un

lugar clave en ello le corresponde a la tradición, “la más evidente expresión de las presiones y límites dominantes y hegemónicos” (Williams, 1977: 115; traducción propia), ya que la cultura establece a través suyo vínculos concretos con la dimensión material de la totalidad social. Las tradiciones intervienen en la hegemonía pues, en cuanto prácticas culturales, son resultado de la acción de los sujetos en un contexto concreto tanto representacional como material.

Ahora bien, ¿puede haber tradiciones en un fenómeno tan novedoso como la música independiente?

En el ámbito de la música popular, asumiéndola como “masiva, mediatizada y modernizante” (González, 2001) y cuya historia reciente es la historia de su industrialización, las tradiciones deben ser rastreadas en el propio proceso de mercantilización de la música. Aquí, una particular tradición que atraviesa asimismo las prácticas musicales independientes consiste en la objetivación mercantil del trabajo musical, más allá de su género o vertiente estética. El disco como unidad parece haberse constituido en el norte del trabajo musical así como en el primer gran salto de todo músico, incluso ante el actual avance de la digitalización a escala global.^{5 6}

En la música independiente, la edición de un disco en forma autogestiva o mediante un pequeño sello constituye un logro que se reconoce como credencial de independencia, una actividad donde los músicos ponen mucho empeño porque, además, consolidado el disco como forma hegemónica de circulación de música, resulta la herramienta central de que disponen para hacerse conocer. La edición discográfica en la música independiente constituye así una tradición (Williams 1977) presente tanto en las articulaciones de las grandes compañías editoras con los pequeños sellos como en las representaciones de sus múltiples actores. La persistencia de esta tradición se evidencia, por ejemplo, en las críticas hacia la llamada música “comercial”, donde se objeta la intervención de las empresas discográficas en el proceso de producción musical y se condena el avance mercantil sobre la libertad artística, sea en la selección, orden de las obras allí

⁵ Con la noción de disco nos referimos al compendio de piezas musicales en una misma unidad de soporte físico (comúnmente también denominado álbum), lo cual fue posibilitado por la invención del *long play* de 33 RPM hacia fines de la década de 1940 gracias a la tecnología del microsuro, que se popularizó rápidamente en Estados Unidos en la década siguiente dando un decisivo impulso a la industria discográfica y consolidando este formato, frente a los singles en 45 RPM, para la circulación comercial (Keightley, 2004).

⁶ En Argentina, la legitimidad del disco persiste ante las transformaciones impulsadas por la introducción de las tecnologías digitales: en este país el mercado de música digital, con una participación del 11% del total de ventas, se encuentra notablemente menos desarrollado que la media global, cercana al 30% (IFPI 2012).

contenidas o en la regularidad de sus lanzamientos, sin cuestionar al disco en sí mismo como formato del trabajo musical.

Esto es posible en tanto desde los años ochenta el disco se ha consolidado, en virtud del avance tecnológico en la grabación y edición, como un elemento “auténtico” y de culto (Thornton, 1996). Constituye así el resultado de un proceso histórico total que atañe al vínculo entre la reproducción ampliada del capital –aquí, la industria discográfica- y la cultura. En otras palabras, no sólo el disco en tanto forma concreta del trabajo musical se debe a un desarrollo específico de las tecnologías del sonido, sino también la representación que de él se hacen los sujetos como su manifestación legítima.

Así, la edición discográfica, objetivo de todo músico que se propone crecer profesionalmente y clave de la autogestión musical, recupera todo su sentido cuando la reconocemos en una totalidad donde confluyen y disputan intereses: se trata de la construcción acaso más arraigada que sostiene a las empresas discográficas, empeñadas en la defensa del copyright, la persecución de la piratería digital y las redes de intercambio de archivos P2P. Por ello, en tanto tradición, representa “un aspecto de la organización social y cultural contemporánea, en interés de la dominación de una clase específica” (Williams, 1977: 116; traducción propia, subrayado en el original); en este caso, los propietarios del capital discográfico. Se trata de la manifestación ideal del vínculo entre la producción musical independiente y las grandes compañías discográficas, entre las que existen múltiples modalidades de articulación a escala global (Hesmondhalgh 1996 y 1999) y local (Palmeiro 2005).

Al asumir el formato discográfico, la producción musical generada de modo autogestivo o por pequeños sellos se encuentra en condiciones de integrar y renovar, lograda cierta escala de “éxito”, los catálogos de las compañías multinacionales, alimentando su dinámica de acumulación de capital. Se trata de un proceso de incorporación y enriquecimiento por parte de lo hegemónico (Winter, 2010) mediante lo que Williams (1977) denominó un presente preconfigurado.⁷

Persiste al interior de la música independiente, sin embargo, la contradicción entre la representación de una producción musical ajena al interés de la gran industria discográfica y la

⁷ Este proceso se enmarca en la tendencia global de los grandes compañías a dejar las tareas de innovación, experimentación y el desarrollo de artistas en manos de sellos más pequeños y aun de los propios músicos -gracias al avance y el abaratamiento de las tecnologías digitales aplicadas en los procesos de grabación, edición y distribución-, quienes se constituyen de hecho en sus laboratorios creativos, limitándose a editar y distribuir músicos ya consagrados o que han alcanzado cierta escala de ventas (Palmeiro 2005).

conservación de su formato arquetípico, el disco, como su manifestación material legítima. Es aquí donde interviene la santísima trinidad de la música independiente, facilitando la subsistencia de esta contradicción en el marco de la dinámica descripta.

Lejos de significar un fracaso de la libre creación ante las formas de circulación musical hegemónicas, la edición de un disco puede ser valorada gracias a un conjunto de representaciones que se articulan en el recorrido de los músicos hasta llegar a su edición, constituyendo un logro artístico profesional propio. Mediante un acto de fe, garantizado por la presencia decisiva de los músicos en los distintos pasos de la edición independiente, se transfieren al disco las representaciones de aquella tríada, invistiéndoselo como el producto de un proceso de trabajo libre, realizado por un artista auténtico y con un contenido original.

La independencia musical asume de este modo un carácter cuasi religioso, en virtud del cual el disco se erige como digno exponente de un trabajo musical legítimo, valorable y apreciado, recuperando un significado extra comercial, cual si el trabajo musical se escindiera de su dimensión material de existencia, es decir, de sus particularidades en cuanto objeto para el intercambio.

7. Apuntes conclusivos

Lo que hemos denominado santísima trinidad de la música independiente constituye una estructura representacional sólida que tiene la particularidad de que ninguno de sus tres componentes antecede al resto. Estos tres elementos son mejor comprendidos si tenemos presente el recorrido realizado por Marx (2006) en sus Manuscritos Económico-filosóficos. No a efectos de reproducirlo aquí, sino reconociendo la presencia de los distintos momentos de enajenación propios de la producción capitalista, aunque en nuestro caso se represente distante de la gran industria musical. Hemos visto cómo en la producción musical independiente el proceso de trabajo sirve a una construcción ideal de libertad creativa, donde se asume la realización de la voluntad propia; por otro lado, el sujeto trabajador es investido de la característica personal de ser auténtico, esto es, fiel a sus creencias, gustos y convicciones; por último, al producto de su trabajo, la música, se le asigna una propiedad distintiva, la de ser “original”. Si bien los hemos descripto por separado, en el plano empírico estos componentes no pueden ser escindidos unos de otros, dadas las fuertes articulaciones entre ellos.

A grandes rasgos, el trabajo musical, sea en vivo o editado, comprende un ejercicio o práctica, sus medios y el trabajador que lo lleva a cabo con el objetivo de producir música (ya para plasmarla en un disco o hacerla sonar en un concierto). En concreto, la composición y/o ejecución musical y su administración, los medios con que el músico produce su música (sus

instrumentos musicales, principalmente, aunque también los equipos para editarla) y, finalmente, los músicos. En la producción musical independiente, sin embargo, se observa una particularidad: los medios para producir música se encuentran en manos de los músicos. Esa es en gran medida la mayor ventaja que éstos reconocen haber obtenido de las tecnologías digitales, ya que puso a su disposición una porción significativa de los medios necesarios para la producción musical, fundamentalmente en la edición discográfica, aunque no sólo limitada a ella.

Al saberse en manos de los músicos, se evita una gran parte del conflicto que tiene lugar entre sus propietarios y los trabajadores en otras industrias culturales, como la cinematográfica, editorial o televisiva, caracterizadas por grandes empresas que concentran los medios de producción requeridos para la industria de mercancías culturales, donde la tensión entre empresarios y trabajadores se manifiesta más claramente.⁸ Esto permite que la noción de libertad, con la cual se significa el proceso de trabajo de la música independiente, tenga por una de sus condiciones a la propiedad de los medios de producción. El hecho de que aquí se incluya la actividad de muchas pequeñas empresas discográficas y productoras de espectáculos en vivo no atenta contra ella, toda vez que el proceso de trabajo estrictamente musical, considerado el núcleo de la independencia, no se reconoce afectado por éstas.

El otro componente, el trabajador de la música, cuya intervención tiene lugar allende la mera ejecución musical, es investido como un individuo auténtico en la medida en que realiza en su trabajo sus propios deseos, convicciones y preferencias. La prueba de ello está en un tercer componente, el resultado concreto de su trabajo, asumido como original y en el cual se reconocerá el trabajador (quien, en palabras de nuestros entrevistados, “tiene algo que decir”).

En síntesis, la representación de los actores sobre la música independiente la erige como una actividad triplemente valorada en tanto a) el individuo no se encuentra alienado respecto del objeto de su trabajo, asumiéndose éste como original; b) tampoco lo está de su actividad vital, esto es, su trabajo, en virtud de representarse libre en las distintas etapas del proceso de producción musical; c) no está alienado de su ser genérico, en tanto puede expresarse a través de la música y entablar de ese modo una relación auténtica con sus pares.

Sin embargo, esto no debe conducir al error de suponer que la música independiente constituye la nueva promesa del reino de la libertad. Hemos visto cómo las representaciones articuladas en aquella tríada cumplen un importante papel en la articulación de la producción musical independiente y la gran industria musical mediante la tradición del disco.

⁸ Respecto de las condiciones y conflictos laborales en la industria de la cultura en la actualidad, véase Bulloni Yaquina (2010), quien advierte altos niveles de flexibilidad, subcontratación y precariedad.

Al respecto, Fumagalli ha señalado cómo el llamado capitalismo cognitivo genera alienación no sólo en virtud de la estructura productiva sino además por “la estructura cultural y antropológica que la acompaña” (2010: 241), como parámetros que conforman la opinión pública y a los cuales los trabajadores deben ajustarse para poder desarrollar su actividad. La individualización que fomenta y desarrolla entre éstos entra en contradicción con las demandas de cooperación social del proceso productivo, dando lugar a “situaciones de frustración y alienación que tienden a sobreponerse cada vez más a las formas de explotación” (2010: 241). Por ello, según Fumagalli existe una “apariencia de una liberación del trabajo” (2010: 242, subrayado en el original) apoyada sobre la cercanía entre el sujeto y objeto del trabajo en el capitalismo cognitivo, a la vez que tiene lugar una profunda alienación de la subjetividad.

En el fenómeno concreto que nos incumbe, el individuo se aliena de su objeto de trabajo en la medida en que éste asume la forma mercantil para circular y, por tanto, no le pertenece a él sino al capital a cuyos procesos de acumulación la originalidad de sus obras musicales alimenta. Se aliena, también, de su actividad vital dado que, en tanto su producto debe constituir un objeto para el cambio, es decir, representar una utilidad social cuya realización en el intercambio sostiene el proyecto musical, su trabajo se enajena; por último, se aliena respecto de su ser genérico ya que la mentada autenticidad del músico independiente constituye el ropaje de que se viste la relación mercantil para no reconocerse tal e imaginarse exenta de verticalismos y desigualdades.

En este marco, las representaciones propias de la producción musical independiente alimentan el sostenimiento de una noción de emprendedorismo (De Marchi, 2006) en la cual el músico es reconocido como inversor, administrador y patrocinador de su propio trabajo sin que ello erosione en modo alguno la hegemonía del capital en la producción cultural. Por el contrario, tiende a revitalizarla bajo la apariencia de mantenerse ajena a ella. Si el llamado nuevo espíritu del capitalismo (Boltanski y Chiapello, 2007) recupera hoy las nociones de creatividad, innovación y autonomía mediante una fuerte apelación al individuo, entonces la santísima trinidad de la producción musical independiente puede ser comprendida en el contexto de una hegemonía con la que comparte una misma plataforma ideal.

Llegados a este punto, corresponde volver sobre la noción de tradición en procura de reconocer la importancia de la música independiente en los procesos de reproducción social contemporáneos. Según Williams, si las tradiciones necesitan de instituciones que las resguarden, también dependen de las formaciones: “aquellos movimientos y tendencias efectivas, en la vida intelectual y artística [...] las cuales presentan una relación variable y a veces oblicua con las instituciones formales” (1977: 117; traducción propia). Las prácticas musicales independientes, como ejercicios artísticos realizados bajo particulares condiciones

materiales, constituyen de tal manera una formación, en el sentido en que está simultáneamente constituida por “formas artísticas y ubicaciones sociales” (Williams, 1986: 30, traducción propia), en la cual entran en tensión elementos propios del funcionamiento hegemónico del mercado así como también expectativas y representaciones que se presentan antagónicas. Es sobre esta complejidad que una tradición de la industria musical como la edición discográfica puede revitalizar la dinámica hegemónica en su conjunto bajo una apariencia contraria.

En este trabajo hemos intentado dar cuenta de ello, lejos de clausurar el debate, en espera de realizar una colaboración en el campo de los estudios sociales sobre la música y con la convicción de que las ciencias sociales deben desplegar una mirada crítica sobre los procesos sociales, económicos y culturales reales que constituyen la creación musical si se proponen buscar potencias transformadoras en ella.

Bibliografía

1. ADELL, J. (2004): “Entre la autenticidad y la impostura: música y nuevas tecnologías” en *Intersecciones. La música en la cultura electro-digital* (pp. 17-30) - J. Ruesga Bono (Ed.) - Arte/Facto - Sevilla
2. ADORNO, T. W. (1989): “On Jazz” - *Discourse* no. 12 (1) – pp. 45-69
3. ADORNO, T. W. (2006): “Ideas sobre la sociología de la música” en *Escritos musicales I-III* (pp. 9-23) - T. W. Adorno – Akal - Madrid
4. BANNISTER, M. (2006): “‘Loaded’: Indie Guitar Rock, Canonism, White Masculinities” - *Popular Music* no. 25 (1) – pp. 77-95
5. BULLONI, M. N. (2010): *Informe de Investigación n° 23: La regulación social del trabajo audiovisual* – CEIL PIETTE (CONICET) - Buenos Aires
6. BOLTANSKI, L. y CHIAPELLO, E. (2007): *The New Spirit of Capitalism* – Verso - London
7. CORTI, B. (2009, septiembre 29 – octubre 2): Redefiniciones culturales en la Buenos Aires post Cromañón: El debate sobre el vivo de la música independiente. En Universidad Nacional de General San Martín, VIII Reunión de Antropología del MERCOSUR.
8. DALTON, B. (2004): “Creativity, Habit and the Social Products of Creative Action: Revising Joas, Incorporating Bourdieu” - *Sociological Theory* no. 22 (4) – pp. 603-622
9. DE MARCHI, L. (2006): A nova produção independente: indústria fonográfica brasileira e novas tecnologias da informação e da comunicação. Niteroi: Universidade Federal Fluminense. [On line]. Disponible en: http://www.bdt.d.ndc.uff.br/tde_arquivos/28/TDE-2006-08-03T132213Z-250/Publico/UFF-Com-Dissert-LeoMarchi.pdf (consulta: mayo 2012).
10. FRITH, S. (1996): *Performing Rites. On the Value of Popular Music* - Oxford University

Press - Oxford

11. FUMAGALLI, A. (2010): *Bioeconomía y capitalismo cognitivo . Hacia un nuevo paradigma de la acumulación* – Traficantes de Sueños - Madrid
12. GARCÍA, D. (2008): “El lugar de la autenticidad y de lo underground en el rock” - *Nómadas* no. 29 – pp. 187-199
13. GLASER, B. y STRAUSS, A. (1967): *The Discovery of Grounded Theory* - Aldine - Chicago
14. GONZÁLEZ, J. P. (2001): “Musicología popular en América Latina: síntesis de sus logros, problemas y desafíos” - *Revista Musical Chilena* no. 55 (195) – pp. 38-64
15. GROSSBERG, L. (2006): “Does Cultural Studies have Futures? Should it? (or What's the Matter with New York?)” - *Cultural Studies* no. 20 (1) – pp. 1-32
16. HESMONDHALGH, D. (1996): “Independent Record Companies and Democratisation in the Popular Music Industry” - *Tesis de Doctorado no publicada* - Goldsmiths College - London
17. HESMONDHALGH, D. (1999): “Indie: the Institutional Politics and Aesthetics of a Popular Music Genre” - *Cultural Studies* no. 13 (1) – pp. 34-61
18. IFPI (International Federation of Phonographic Industry) (2012): *Recording Industry in Numbers 2012* – IFPI - London
19. KEIGHLEY, K. (2004): “Long Play: Adult-Oriented Popular Music and the Temporal Logics of the Post-War Sound Recording Industry in the USA” - *Media, Culture & Society* no. 26 (3) – pp. 375-391
20. LUKER, M. J. (2010): “The Managers, the Managed, and the Unmanageable: Negotiating Values at the Buenos Aires International Music Fair” - *Ethnomusicology Forum* no. 19 (1) – pp. 89-113
21. MARX, K. (2001): *El capital. Crítica de la economía política. I* - Fondo de Cultura Económica - México
22. MARX, K. (2006): *Manuscritos económico-filosóficos de 1844* – Colihue - Buenos Aires
23. OCHOA, A. M. (2002): “El desplazamiento de los discursos de autenticidad: Una mirada desde la música” - *Revista Transcultural de Música* no. 6. - Sociedad Ibérica de Etnomusicología - Disponible en: <http://www.sibetrans.com/trans/a231/el-desplazamiento-de-los-discursos-de-autenticidad-una-mirada-desde-la-musica> (consulta: julio 2013).
24. OCHOA, A. M. y BOTERO, C. (2009): “Notes on Practices of Musical Exchange in Colombia” - *Popular Communication* no. 7 – pp. 158-168
25. PALMEIRO, C. (2005): *La industria del disco* - Observatorio de Industrias Culturales - Buenos Aires.
26. SAUTÚ, R. (1999): *El método biográfico. La reconstrucción de la sociedad a partir del*

testimonio de los actores – Editorial de Belgrano - Buenos Aires

27. THORNTON, S. (1996): *Club Cultures: Music, Media & Subcultural Capital* - Wesleyan University Press - Middletown

28. WILLIAMS, R. (2001): *Cultura y Sociedad. 1780-1950. De Coleridge a Orwell*. - Nueva Visión - Buenos Aires

29. WILLIAMS, R. (1977): *Marxism and Literature* - Oxford University Press - Oxford

30. WINTER, R. (2010): “The Perspectives of Radical Democracy: Raymond Williams’ Work and its Significance for a Critical Social Theory” en *About Raymond Williams* (pp. 45-56) - M. Seidl, R. Horak, L. Grossberg (Eds.) - Routledge - Abingdon

31. YÚDICE, G. (2002): *El recurso de la cultura: usos de la cultura en la era global* – Gedisa - Barcelona

32. ZABIUK, M. G. (2007): “Las revistas de rock en la Argentina” - *Trampas de la comunicación y la cultura* no. 52 – pp. 43-47

33. ZALLO, R. (1988): *Economía de la comunicación y la cultura* – Akal - Madrid