



Hegemonía y desconocimiento de clases sociales: La producción musical independiente en la ciudad de Buenos Aires

Hegemony and Ignorance of Social Classes: The Independent Music Production in the City of Buenos Aires

Guillermo Martín QUIÑA*

Recibido: 22.09.12

Aprobado definitivamente: 21.12.12

RESUMEN

La llamada música independiente es, según sus actores, un fenómeno en cuya comprensión de poco sirve pensar en clases sociales, dada la ausencia de grandes corporaciones. Tampoco los abordajes recientes desde las ciencias sociales sobre fenómenos de producción cultural ni musical en estas latitudes han prestado suficiente atención a las condiciones de producción concretas en que éstos se desenvuelven y menos aún a la presencia de clases sociales. Reconociendo la importancia que la producción cultural asume en el capitalismo actual y a través del análisis de la producción musical independiente en la ciudad de Buenos Aires, indagamos la presencia de clases sociales en ella así como las condiciones materiales y simbólicas para su reproducción. Apelamos para ello a una aproximación fundamentalmente cualitativa basada en entrevistas de tipo etnográfico a diversos actores y observación de campo en eventos musicales en vivo públicos y privados. La evidencia empírica permite reconocer sin lugar a dudas la presencia de vendedores y compradores de fuerza de trabajo como condición material así como una marcada tendencia a desconocer la importancia de tal distinción por parte de sus distintos actores como condición simbólica de tal producción. Concluimos en la pertinencia del concepto de hegemonía en pos de comprender esta contradicción aparente así como en la necesidad de repensar las relaciones de producción en la cultura en términos de las relaciones de clase allí presentes, por cuanto lejos de ser ajena a la dinámica capitalista de las industrias culturales, la música independiente se encuentra plenamente integrada a ella.

Palabras clave: Música independiente – Hegemonía – Clases sociales – Buenos Aires.

ABSTRACT

The so called independent music constitutes a phenomenon in which understanding, according to its actors, thinking on social classes would be useless given the absence of big corporations.

* Becario del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas y docente de la carrera de Sociología en la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Correo: gquina@sociales.uba.ar y guillermoquina@conicet.gov.ar

Recent approaches on cultural and music production phenomena made from the social sciences paid little attention to concrete production conditions through which they exist, even less to the presence of social classes in it. Recognizing the importance that cultural productions assume in current capitalist accumulation processes and through the independent music production in the city of Buenos Aires, we look for both the presence of social classes and the symbolic and material conditions for its reproduction. In order to do that we have chosen a mainly qualitative approach based on ethnographic interviews with different actors and field observation at both public and private live musical events. Empirical evidence let us recognize both the presence of sellers and buyers of labour power as material condition and a strongly tendency to ignore the importance of such distinction by its diverse actors as symbolic condition of independent music production. We conclude in the pertinence of the concept of hegemony to the comprehension of this apparent contradiction and in the necessity of rethinking in cultural production through the class relations they involve. This is because far from being external to the capitalist dynamic of cultural industries, independent music is completely integrated to it.

Keywords: Independent music – Hegemony – Social classes – Buenos Aires.

SUMARIO

1. Introducción. 2. La (dis)tensión entre *majors* e *indies*. 3. La música independiente en la Argentina: entre la pasión y los negocios. 4. Trabajo, clases y hegemonía. 5. Reflexiones finales. 6. Bibliografía.

1. Introducción

La producción musical independiente es un fenómeno atravesado por representaciones que no sólo lo alejan de conflictos de clase entre propietarios y trabajadores de la cultura sino también lo pretenden ajeno a la lógica de acumulación de las industrias culturales. La desestimación de problemáticas de clase así como la percepción de “independencia” respecto de los intereses del capital discográfico impregnan las representaciones de los propios actores de la música independiente en Argentina y configuran un espacio con una lógica propia, delimitado éticamente por nociones tales como autenticidad, originalidad, libertad y horizontalidad de los vínculos.

Paradójicamente, esto tiene lugar en una época en que la cultura se ha convertido en un espacio privilegiado para el capital, lo que según Jameson (1999) representa un “giro cultural” dado por el capitalismo contemporáneo. Éste ha impactado de modo decisivo en la atención puesta desde las ciencias sociales sobre las múltiples problemáticas de la cultura, pero también ha significado el desplazamiento de la problemática de la clase de la investigación y la teoría social para pasar a hablar de cultura, consumo o identidades sin más (Crompton & Scott 2005). Aunque esto no supuso una desaparición del pensamiento sobre las clases sociales de la agenda de la

investigación y la teoría social, sí representó un corrimiento en el cual comenzaron a ocupar un segundo plano de atención detrás de la dimensión cultural de los fenómenos abordados.¹

Este foco en la cultura que ha marcado a las ciencias sociales durante los últimos tiempos se ha mostrado fructífero en la comprensión y elaboración de teoría en torno de diversas problemáticas, como el rol del capital cultural en la reproducción social, la relación entre estratificación y consumos culturales o la importancia de éstos en la construcción identitaria. Sin embargo, aún cuando se haya pretendido señalar críticamente las diferencias sociales a través de la cultura, el camino recorrido tendió a alejarse de consideraciones sobre la dimensión productiva, sus distintos actores y los procesos de trabajo de la cultura, aspectos en torno a los que no se ha indagado tanto.²

En Argentina, las ciencias sociales han atendido la relación entre la cultura y las divisiones de clase sea desde su incidencia en la reproducción social o en la conformación de identidades. En los estudios sobre música popular ello ha podido advertirse con mayor o menor centralidad en la preocupación por la pertenencia social de los públicos (Benedetti 2008; De Gori 2005), la intervención de la música en la construcción de identidades subalternas (Liska 2009; Seman y Vila 1999) o la constitución local del género rock (Alabarces 1993; Vila 1985). Ahora bien, amén de esta multiplicidad, las diferentes aproximaciones hacia estas temáticas se han desarrollado centralmente sobre la dimensión del consumo musical, dando por hecho el producto musical y desatendiendo el proceso de su construcción así como las desigualdades y problemáticas allí presentes. Esto significó que la música popular en Argentina haya sido profusamente analizada en su potencial para la reproducción o subversión de desigualdades en el proceso de ejecución de sus valores de uso, mas desconsiderada en tanto ámbito de producción de éstos bajo la forma de mercancías.

También en los abordajes de la música independiente, en su mayoría realizados en el hemisferio norte, es posible advertir una ausencia de aproximaciones sobre sus procesos de producción. Si bien en el medio local el trabajo de Luchetti (2007) significó un aporte valioso respecto de las estrategias de comercialización y circulación en la música independiente, las condiciones de trabajo que la música independiente supone para quienes se desempeñan en ella permanecen aun inexploradas.

En este marco, nuestro objetivo es señalar la existencia de clases sociales, esto es, de vendedores y compradores de fuerza de trabajo (Marx 1998) en la producción de música independiente y los modos en que se representan. Para ello será menester atender las siguientes inquietudes: ¿qué vínculo establece en la actualidad la música independiente respecto de los grandes capitales discográficos en Argentina? ¿Qué lugar ocupa en el mercado de la música y cómo se representa ante la hegemonía de los capitales discográficos transnacionales? ¿En qué condiciones de producción se desarrolla concretamente? ¿Se manifiestan conflictos de clase en ella? ¿Es relevante hoy pensar en clases sociales en el ámbito de la producción cultural?

La apuesta teórica del trabajo estriba en reconocer a la producción cultural su capacidad de constitución de lo social antes que como mero reflejo o autonomizada de la totalidad social (Williams 1980), asumiendo en virtud de ello la necesidad de abordar “las relaciones de producción cultural” (Alabarces 2008) en su existencia concreta en el marco de una sociedad de clases.

¹ Por caso, los estudios culturales se han aproximado al vínculo entre prácticas culturales y formaciones sociales, configuraciones de fuerzas o alianzas de clase, aunque también han tendido a representar las relaciones conflictivas como meras diferencias culturales (Richard 2005).

² En torno a esto resulta ilustrativo el debate suscitado hace ya varios años entre los estudios culturales y la economía política de la comunicación. Al respecto, véase Garnham (1997) y Grossberg (1997).

Con este propósito hemos considerado el caso de la música independiente en la ciudad de Buenos Aires, atendiendo el peso decisivo de este distrito en la actividad musical a nivel nacional: los datos más recientes indican que representaba en 2009 el 48% de los ingresos totales de la industria de la música, el 61% del mercado de la música en vivo y el 49% de los ingresos por ventas de discos (OIC 2011); por su parte, casi nueve de cada diez sellos discográficos registrados se encuentran radicados allí (SCN 2011).

En tanto los datos cuantitativos disponibles resultan escasos dadas las altas tasas de informalidad propias de la actividad musical independiente (OIC 2011), hemos adoptado una aproximación centralmente cualitativa del problema. Esto nos ha permitido enriquecer un sentido comprensivo e interpretativo del abordaje de las representaciones de los actores sobre su propia práctica así como explorar la diversidad de situaciones y condiciones de producción. Se han realizado para ello entrevistas en profundidad de tipo etnográficas y observación participante en actividades musicales en vivo como herramientas válidas para “representar e interpretar las articulaciones simbólicas, las prácticas y las formas de la producción cultural” (Willis 2008:15). La técnica de observación participante se ha mostrado particularmente útil para advertir prácticas laborales no declaradas e informales y contrastarlas con las voces de los actores.

El presente trabajo está organizado en tres apartados y una conclusión. En el primero de ellos describimos el surgimiento y la consolidación de la llamada música independiente en la ciudad de Buenos Aires y revisamos la bibliografía sobre la relación entre grandes empresas discográficas transnacionales (*majors*) y pequeños sellos editoriales (*indies*), tanto en Argentina como en otras latitudes. Seguidamente identificamos y caracterizamos el fenómeno de la música independiente en la ciudad de Buenos Aires haciendo foco, por un lado, sobre la relación entre las *indies* y los músicos; por otro, en las representaciones de los distintos actores sobre la música independiente como una actividad extraña a la relación mercantil y por tanto exenta de relaciones de clase. Luego proponemos una recuperación del concepto de hegemonía para dar cuenta de las relaciones de poder más amplias en que interviene la música independiente y que permiten comprender el sentido del desconocimiento de clases sociales en ella. Finalmente, se concluye en la necesidad de apelar a este concepto en tanto herramienta teórica potente para reconocer la presencia de clases sociales en la producción musical independiente y comprender el fenómeno en la totalidad social y concreta en que tiene lugar.

2. La (dis) tensión entre *majors* e *indies*

Si bien la producción de música en términos “independientes” no representa novedad alguna en Argentina,³ sí lo es la constitución en los últimos diez años de un espacio de producción musical específica que reclama para sí una lógica propia. La oportunidad para su crecimiento estuvo dada por la crisis económica argentina hacia fines de los años 1990, la que impactó fuertemente sobre el mercado discográfico. Tras una década de crecimiento sostenido y dominado por las *majors*, las ventas de discos en Argentina se desplomaron hasta sus niveles de 10 años antes (SCN 2011) y el modelo de negocios basado en la importación de discos y sostenido sobre la sobrevaluación del peso que había regido durante toda la década caducó rápidamente.⁴ Ante

³ El sello Mandioca, creado en el año 1969, puede considerarse pionero de la actividad editorial independiente en Argentina. Por otro lado, el grupo “Músicos Independientes Asociados”, formado por la familia Vitale hacia mediados de la década de 1970, planteó una opción de gestión musical que luego sería retomada por otros grupos musicales. Al respecto, véase Alabarces (1993).

⁴ Esto último se debió básicamente a la devaluación de la moneda local, pues no sólo se redujo el margen destinado a la remisión de utilidades por parte de las empresas transnacionales sino que además, en medio de la abrupta caída del salario real y dada la alta elasticidad de la demanda de este tipo de productos, su precio resultaba restrictivo y dejó de ser el jugoso negocio de toda aquella década. Respecto de la crisis económica y su impacto sobre el mercado discográfico argentino, véase Palmeiro (2005).

esta situación, las *indies*, en muchos casos organizadas por los mismos músicos, florecieron durante los años de crisis impulsadas por la flexibilidad propia de los pequeños emprendimientos para adecuarse a las nuevas condiciones así como también por la difusión y el abaratamiento de las tecnologías digitales en materia de sonido. Este proceso resultó determinante en la conformación del fenómeno de la música independiente en la ciudad de Buenos Aires, donde, más allá de no estar bajo el control directo de las cuatro *majors* (Sony-BMG, Universal, Warner, EMI), se incluyen en concreto músicos que gestionan o realizan la edición de su propia música, sellos discográficos con tiradas raramente mayores a las mil copias, escasa o nula presencia en disquerías de cadena, distribución geográficamente concentrada en la ciudad, gestores culturales que administran espacios de música en vivo por sí mismos, en forma cooperativa o privada con muy pocos empleados, conciertos con desde cincuenta a trescientas personas de público y difusión centrada en emisoras radiales de corto alcance, blogs u otros sitios de internet y redes virtuales.⁵

Si bien la música independiente se caracteriza por su diferencia respecto de la gran industria de la música, denominada “comercial” o *mainstream*, su definición ha mutado históricamente. Puede advertirse una representación inicial de la producción independiente como extraña a la estandarizada y masificada industria cultural que luego tuvo la impronta dada por el movimiento punk con la consigna “*do it yourself*” hacia fines de los años setenta. Durante el transcurso de los años ochenta y ante la evidencia del éxito comercial alcanzable mediante alianzas y asociaciones comerciales de diverso tipo con las grandes discográficas, comenzó a ser entendida como un negocio, alcanzando en los últimos tiempos a reconocerse en fluido vínculo con las *majors* (Hesmondhalgh 1999; Negus 1999; Garofalo 1987).

En tanto la separación entre la música independiente y la *mainstream* se ha problematizado centralmente en la relación entre sellos *indies* y *majors*, se ha considerado que los primeros se encargaron de desarrollar, explorar y diversificar la oferta musical mientras los segundos reproducían a gran escala los productos musicales ya consagrados (Peterson and Berger 1975). Sin embargo, a pesar de haberse hecho borroso el límite entre ambas desde los ochenta, se ha señalado la capacidad de las *indies* para desarrollar la innovación artística (Garofalo 1987) o democratizar el mercado de la música (Hesmondhalgh 1996) y advertido la problemática central de éstas en la etapa de distribución, lo cual durante mucho tiempo constituyó el núcleo de la relación entre ellas.⁶ Es aquí donde, como indica Negus (1999), las *majors* han hecho valer su poderío económico ante la debilidad de los pequeños emprendimientos discográficos: “*The major corporation attracts the indie because it can distribute recordings. Here the tensions between indie and major do not so much involve conflicts of art versus commerce or democracy*

⁵ Debe señalarse que, considerando la importancia que en la música independiente local se asigna al disco como forma de plasmar el contenido musical, atendemos la producción y distribución de soportes físicos de música. Si bien las transformaciones en materia de tecnologías digitales de los últimos años, en particular sus efectos sobre la edición y distribución de música, han dado lugar a expectativas de cambios democratizadores en el futuro cercano de la industria y la producción musical, ese desarrollo ha tenido lugar en el marco de un mercado capitalista de la música y, por tanto, no sólo no ha sido ajeno a sus jerarquías y relaciones de dominio sino que ha colaborado de diversas maneras en reforzarlas (Azenha 2006). Por otro lado, el desarrollo del mercado de música digital en Argentina es aún incipiente respecto del alcanzado en otras latitudes; en 2010 alcanzó el 12% del mercado total de la música mientras a nivel mundial la media para el mismo año fue de 29% (fuente: CAPIF). Aunque esta problemática excede los alcances de este trabajo, nos parece relevante atender su evolución local en futuros trabajos.

⁶ Las modalidades contractuales por medio de las que traban vínculo *indies* y *majors* son diversas. La clasificación de Hesmondhalgh (1996), ordenada según su nivel de interacción, comprende cuatro: licencias de distribución internacional, contratos de distribución y financiamiento, participación conjunta en proyectos específicos y, finalmente, la adquisición.

versus oligopoly (as sometimes portrayed) as distribution struggles—battles to get recordings to the public” (Negus 1999: 58).⁷

En América Latina no muchos trabajos han indagado la relación entre *indies* y *majors*, la cual en principio parece no ofrecer diferencias significativas respecto de la advertida en países de habla inglesa. Ochoa (2003) ha señalado la colaboración entre ellas en materia de distribución y además ha encontrado, para el caso de México, numerosos vínculos comerciales entre compañías independientes y músicos que han producido y editado ellos mismos sus trabajos. En Brasil, el crecimiento de la música independiente ha sido lúcidamente abordado por De Marchi (2006), según quien el fenómeno no sólo se localiza en el contexto de retracción de las ventas de las *majors* hacia fines de la década de 1990, sino en una reestructuración del mercado fonográfico en su conjunto que supone la desaparición de las “dicotomías de negación y cooptación” (2006: 139) entre *majors* e *indies*, la consolidación de sus lazos comerciales y una tendencia a la profesionalización de estas últimas apoyada sobre la posibilidades de acceso a las tecnologías digitales. Por su parte, el abordaje de Getino (1995) sobre las industrias culturales en Argentina, realizado en pleno proceso de renovación tecnológica y concentración del mercado local de música, advertía ya articulaciones de distribución y aun el financiamiento de *majors* hacia pequeños proyectos musicales. Más recientemente, Palmeiro (2005) ha investigado la relación y las estrategias comerciales de *indies* y *majors* en Argentina y caracterizado a las primeras como factores de innovación musical, en tanto “poseen un mayor componente de creatividad y flexibilidad que las grandes compañías; pueden responder más rápidamente a la demanda y son más propensos al cambio que las *majors*.” (Palmeiro 2005: 30). También ha identificado el mayor inconveniente de las *indies* argentinas en la etapa de distribución y promoción, algo que ha sido advertido por Luchetti (2007), quien además puso el acento en las nuevas asociaciones de productores fonográficos creadas en los últimos años al calor del crecimiento de la música independiente.⁸

En síntesis, si bien la relación entre *indies* y *majors* en América Latina, en general, y Argentina, en particular, ha sido menos estudiada que en otras latitudes, se ha encontrado atravesada por la problemática de la distribución, aunque con vínculos menos fluidos de acuerdo al menor tamaño del mercado local. Ahora bien, resta analizar lo que sucede con los músicos que editan sus propios discos así como su relación con los circuitos comerciales. Por otro lado, en base a los estudios que localmente han reconocido una función de innovación en la música independiente, aun quedan sin indagarse las condiciones materiales y simbólicas en que esa innovación tiene lugar, qué supone esto en relación con la proclamada independencia de sus prácticas musicales y qué efectos tiene sobre sus realidades concretas. En procura de respuestas a estos interrogantes nos volcaremos ahora sobre los datos empíricos para luego avanzar en su análisis y realizar nuestra contribución teórica al respecto.

La música independiente en la Argentina: entre la pasión y los negocios

La situación dominante de las *majors* en Argentina, que acaparan más del 75% del mercado discográfico, sumada a la de algunas pocas empresas que formalmente son independientes pero disponen de capacidad de distribución y difusión a escala nacional y/o regional (como *Distribuidora Belgrano Norte* ó *EPSA Music*), deja al resto de las compañías discográficas una

⁷ “La corporación *major* atrae a las *indies* porque puede distribuir sus discos. Aquí las tensiones entre *indie* y *major* no involucran tanto conflictos de arte versus comercio o democracia versus oligopolio (como a veces se ha sostenido) como luchas por hacer llegar los discos al público.” (Traducción propia).

⁸ Por ejemplo, la Unión de Músicos Independientes, cuya finalidad es apoyar y facilitar la tarea editorial emprendida por los propios músicos, o la Unión de Discográficas Independientes, surgida como alternativa a la tradicional CAPIF (Cámara Argentina de Productores de la Industria Fonográfica y Videográfica), hegemonizada por las grandes empresas discográficas. Al respecto, véase Luchetti (2007).

porción ínfima de mercado estimada en menos del 10% (Fuente: CAPIF).^{9 10} Sus serias dificultades para la difusión, distribución y venta configuran el contexto en el cual, a través de distintas modalidades contractuales, las distribuidoras nacionales y *majors* aprovechan la producción musical de las *indies*. La gran mayoría de los pequeños sellos distribuyen sus discos en la ciudad de Buenos Aires y alrededores, mas no disponen de la capacidad para distribuir discos más allá de ésta, cuyo gran tamaño y concentración de actividad musical opera en desmedro de otros centros urbanos de Argentina como por ejemplo Córdoba, Rosario ó Mendoza.¹¹ Su distancia geográfica respecto de Buenos Aires representa un obstáculo tanto para la distribución de discos como para la organización de conciertos en vivo por parte de músicos y sellos independientes.

Según el bajista del grupo musical Brianstorming, el ciclo de presentaciones en vivo que acompañó el lanzamiento de su último disco se debió ceñir a la ciudad de Buenos Aires en tanto “*es más complicado ir al interior [del país]... porque llegar ya es caro, [en nuestro caso] son ocho pasajes [que habría que pagar y] [...] es muy difícil.*” Es esta una situación bastante común para los grupos de música de Buenos Aires, que de modo excepcional o financiados por el organizador de algún evento o festival pueden realizar conciertos en otras localidades del país, por cuanto las *indies* no suelen encargarse de las giras y conciertos en otras ciudades.

Ahora bien, si en los mercados europeos una *major* interesada en un proyecto musical independiente suele establecer un convenio con el sello editor original para su distribución, en la música independiente local es bastante común que los pequeños sellos se encarguen de la distribución de proyectos realizados íntegramente por los músicos. Se observa aquí una estrategia de negocios similar a la primera aunque en una escala mucho menor. Esto configura una suerte de subcontratación externa u *outsourcing* de hecho no ya de parte de las *majors* sino también de las *indies*, que incapaces de realizar la inversión que requiere la producción de una obra musical (grabación, mezcla, masterización, etcétera), han encontrado aquí la posibilidad de aprovechar las nuevas tecnologías de grabación y edición de que disponen los músicos brindándole espacio en su catálogo, distribución y prensa a productos musicales ya terminados. La masificación de tecnologías digitales de grabación, mezcla y edición de sonido en los últimos años ha favorecido esta práctica, en tanto cualquier músico con una computadora hogareña está en condiciones de editar su propio disco.

En nuestro trabajo etnográfico hemos advertido distintas modalidades de esta práctica editorial, aun sin intervención de ninguna *major* y según lo que la compañía haga con el trabajo ya terminado por los músicos: editarlo, distribuirlo o ambas cosas. Consideremos tres casos concretos: el grupo “Las Manos de Filippi” realizó de modo autogestivo su disco “Control Obrero”, desde la idea hasta la grabación, el máster¹² y las copias, aunque *Pinhead Records* se encarga de distribuirlo en el interior del país; el grupo Panza hizo su disco triple “La madre de todos los picantes” por cuenta de los propios músicos, desde la grabación al máster, con un sistema de financiamiento basado en adelantos de dinero de sus propios fans, mientras el sello *Ultra Pop* lo editó, distribuyó y difundió; en cambio, el disco de Brianstorming “Brian Storming and the illustrated guide to fantasie” fue producido por los músicos mientras la edición, distribución y prensa involucró al sello *Tommygun*, que acusando problemas financieros demoró

⁹ Debe notarse que los datos de participación del mercado discográfico han dejado de ser publicados por CAPIF desde 2008, con lo cual hemos considerado los últimos disponibles.

¹⁰ Actualmente se encuentra en proceso de evaluación la compra de *EMI* por parte de *Universal* y *Sony* a través de un acuerdo con el grupo inversor CITIGROUP, con lo cual de llevarse a cabo se concentraría aún más el mercado discográfico mundial. Al respecto, véase Sisario (2011).

¹¹ Cada uno de los casos mencionados rondan o sobrepasan el millón de habitantes, no obstante lo cual menos del 5% de los sellos independientes de la Argentina están radicados allí (fuente: SINCA-SCN).

¹² Se denomina máster al resultado sonoro final que se plasmará luego en los discos durante el proceso de duplicación y se le agregará un arte de tapa, fotos, libretos, etcétera.

el lanzamiento y los músicos optaron por distribuirlo ellos mismos a través de un sitio de internet con descarga gratuita. Los tres casos representan modalidades de *outsourcing* por parte de las *indies*, cuya característica común es que la compañía discográfica interviene sólo cuando la obra está terminada, es decir que desde la elaboración del proyecto discográfico hasta su cristalización en un máster quedan en manos de los propios músicos.

Otra particularidad del negocio discográfico local es que los convenios entre *indies* y *majors* para distribuir discos a escala internacional son menos frecuentes que en otras latitudes, aunque no imposibles.¹³ Sucede que la escala de distribución internacional para la música independiente argentina, a diferencia de otros países típicamente exportadores de música como Reino Unido, Suecia o Estados Unidos, no tiende a ser tan grande como para requerir la capacidad distributiva de una *major*, por lo cual lo habitual es que un sello *indie* del exterior edite una obra para distribuirla en ese mercado nacional, como es el caso de Axel Krygier, cuyo disco “Pesebre” fue editado en España por *Crammed Discs* y en Argentina por *Los Años Luz* o del trío Entre Ríos, con discos editados por *Elefant Records* en España e *Indicevirgen* en Argentina.

Esta característica de la música independiente local resulta un factor fundamental en la reproducción de una representación de ajenidad de las *indies* respecto de los negocios de las *majors*, por cuanto restringe el horizonte de posibilidades de alianzas entre ellas y dificulta de hecho su acceso a los mercados globales o bien de mayor escala. Al respecto, el gerente de un sello *indie* radicado en Buenos Aires desde 2003 nos decía que “[las compañías 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 [...] la consecuencia lógica para cada artista de poder crecer, es pasarse a compañías con capacidades reales de inversión”. De tal modo, la gran disparidad entre unas y otras colabora en reconocer a las *indies* en una suerte de espacio no asociado sino separado del ocupado por las *majors*, conformando una brecha que los músicos deberán saltar en su crecimiento profesional dada la incapacidad de las *indies* para acompañar ese proceso.

Mientras éstas se encargan de descubrir, innovar y experimentar, ello se representa en un espacio de mercado o “nicho” extraño al interés del gran capital discográfico. Según varios entrevistados, este último ha acusado recibo de la situación de crisis y, regido por su interés comercial, ha dejado espacios vacantes que ya no le resultarían atractivos. Es hacia esos espacios o “nichos” donde tienden a ir las *indies*, donde no se pueden satisfacer apetitos comerciales sino de otro orden. Victor Ponienman, presidente de la Unión de Discográficas Independientes, sostenía sobre esto en una conferencia dada en el marco de la Feria Internacional de Música de Buenos Aires (BAFIM) organizada por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en 2008, que:

“[las majors] están acostumbradas a trabajar con dinero cuando las compañías independientes están acostumbradas a trabajar con creatividad. Donde ellas tienen esa disciplina o ese orden, nosotros [las indie] tenemos pasión por lo que hacemos, vamos cubriendo un montón de espacios por la pasión que tenemos, por el amor a la música y por la necesidad de ser creativos o desaparecer. Entonces, basados en estas tres cosas, los sellos independientes van encontrando y ocupando caminos que ellos [las majors] van dejando vacíos.”

La representación ilustrada en este fragmento, por otro lado ampliamente difundida en la música independiente local, articula la diferencia de tamaño entre capitales en la industria de la música con una diferencia en sus lógicas de reproducción. De tal modo, la forma representacional que asume la industria de la música entendida como estructura de poder concreta (Garnham 1997)

¹³ Un ejemplo de ello es el convenio entre los sellos *Los Años Luz* y *Sony Music* para encargarse de la distribución local e internacional, respectivamente, del disco “Sur o no Sur” de Kevin Johansen.
Trabajo y Sociedad, Núm. 21, 2013

reconoce a las *indies* y las *majors* como dos actores con intereses disímiles en espacios separados.

Sin embargo, más allá de la apariencia de dos lógicas diferenciadas, por un lado la del negocio de la música *mainstream* y, por otro, una suerte de lógica pasional en la música independiente, ya hemos visto que la integración de ambas en el mercado local asume múltiples formas en tanto la música independiente se ha constituido como su motor de innovación musical. No pretendemos aquí considerarlas en un plano de igualdad sino, por el contrario, abordar la relación asimétrica y de poder entre ellas. Esta indagación en la producción musical contemporánea exige atender el papel del Estado reconociendo en sus acciones esa relación de poder, considerando su vínculo con los conglomerados multimediales y la concentración de capital en las industrias culturales durante las últimas décadas.

En la Ciudad de Buenos Aires, las políticas públicas en materia de música corresponden a la Dirección de Industrias Creativas (hasta el año 2008 llamada Subsecretaría de Industrias Culturales), la que se ha hecho eco de la emergencia e importancia de la música independiente en el ámbito local. Entre otras cosas, ha organizado desde 2006 la ya mencionada BAFIM, un evento anual clave para el declamado objetivo de fomentar la industria de la música a partir del desarrollo de los sellos independientes y la diversidad musical, donde éstos han ocupado una posición privilegiada, tanto en stands de venta de discos como en charlas y conferencias. La finalidad de la feria, según reza su folleto de difusión, es conformar un espacio donde “nuevos socios se conocen, nacen negocios, se construyen redes y la industria se potencia” (BAFIM 2007), lo cual deja en claro los intereses del capital presentes en la política musical de la administración estatal local, ya bastante distantes de las representaciones pasionales del trabajo musical independiente. En efecto, BAFIM se inserta en la expectativa de “posicionar a Buenos Aires como plataforma internacional de los negocios y los intercambios comerciales para las industrias culturales [...]” (Puente 2007: 96), lo cual más allá de reconocer a la música independiente como espacio de innovación y diversificación de la oferta musical ha colaborado con los intereses de compañías de distribución internacional de música, facilitándole alianzas y contactos útiles para sus negocios en el mercado global de música (Luker 2010). Acaso por ello a CAPIF, hegemonizada por las empresas transnacionales de música, le haya interesado participar de su organización.

Esta intervención concreta de la institución estatal en la música independiente permite advertir el lugar que el proceso de acumulación del capital discográfico le tiene reservado a ésta y reconocerla en el contexto de una totalidad hegemónica donde se advierten clases y fracciones en posiciones de dominio y subordinación. Mientras el interés del capital discográfico organiza el espacio en que intervienen los sellos *indies*, la música independiente es recuperada en tanto productora de mercancías musicales y es en esta dirección que la intervención del Estado procura dinamizar ese proceso.

Trabajo, clases y hegemonía

Nos encontramos aquí con un problema de asimetría, puntualmente, de relaciones hegemónicas en la producción de música. El abordaje de la relación entre hegemonía y cultura forma parte de la investigación y la teoría social en América Latina hace ya varios años;¹⁴ los estudios sobre la música que han analizado construcciones hegemónicas y reconocido posiciones de dominancia y subalternidad en esta región de América Latina han tendido a hacerlo en torno a géneros musicales específicos (Benedetti 2008), la dimensión performativa del baile (Liska 2009) o la construcción de identidad nacional (Gallego 2007). Ahora bien, resta aún indagar cómo las

¹⁴ El concepto de hegemonía ha sido clave en el desarrollo de la noción de subalternidad en los estudios culturales y subalternos latinoamericanos. Al respecto, véase Mallon (2001).

relaciones de hegemonía atraviesan los procesos de producción de música más allá de las particularidades estéticas y los géneros musicales.

Reconociendo la importancia de la cultura en la actual reproducción del capital (Jameson 1999), la centralidad de las industrias culturales en las agendas gubernamentales así como los procesos de concentración económica que las atraviesan, entendemos que la producción musical no es ajena al proceso histórico de construcción de hegemonía que en las últimas décadas ha acompañado la diseminación del neoliberalismo a escala planetaria y eso exige considerar las condiciones no sólo representacionales sino materiales que el avance de la lógica de mercado imprime a la producción de música, sus procesos y sus trabajadores. En esta dirección, la producción musical independiente en Argentina provee un rico campo de indagación, por cuanto está atravesada tanto por representaciones de ajenidad a la así llamada “música *mainstream*” como por políticas de fomento a la actividad en aparente contradicción con ello. Si, como plantea Alabarces (2008), “nadie puede ser radicalmente independiente, dadas las estructuras del mercado de la cultura”, nuestra inquietud, antes que desconsiderarlo, es indagar cómo en las estructuras realmente existentes del mercado de la cultura prolifera toda una multiplicidad de prácticas, actores y representaciones reconocida como música independiente. El concepto de hegemonía, entendido como intereses privados (lo particular) que asumen la representación de una totalidad (lo general) (Laclau 2005) en tanto “dominación y subordinación de clases particulares” (Williams 1980: 132), resulta válido a efectos de reconocer asimetrías en la producción musical y comprender cómo son reproducidas, insertando lo cultural en la totalidad social problemática y conflictiva en que se desarrolla. Procuramos así evitar el error teórico de pensar culturas subalternas y hegemónicas como exteriores entre sí, suponiendo que la hegemonía está del lado de los grandes capitales mientras los pequeños conformarían *per se* una subalternidad resistente. Por el contrario, lo hegemónico involucra representaciones de géneros y estilos musicales pero también prácticas de producción, atraviesa múltiples barreras estéticas y alcanza experiencias llamadas “autogestivas”, “independientes” o “alternativas”.

Ahora bien, no es el señalamiento de la pretensión de originalidad, innovación y diversidad de la música independiente integrada a las necesidades de renovación de la industria musical lo que intentamos resaltar aquí. Lo que merece ser señalado es cómo ello se desarrolla en un marco de desconocimiento de clases sociales y negación de la relación mercantil en que entran los distintos trabajadores (músicos, managers, sonidistas, etcétera) en la música independiente al tiempo que es aprovechado por parte del capital discográfico en sus diferentes tamaños.

En la producción musical bajo el capitalismo, como ya ha señalado Callahan (2005), el trabajo gratuito de los músicos resulta fundamental y no es extraño ver a los músicos pasar “más tiempo cargando y descargando equipos que efectivamente tocando” (2005:53). Esto es algo que resulta cotidiano en la música independiente en Buenos Aires, donde los músicos raramente se contratan como trabajadores asalariados (son muy pocas las bandas musicales independientes que consiguen cobrar un *cachet* al tocar en vivo) sino que suelen establecer tratos de porcentajes sobre el precio de las entradas y muchas veces pagar una suma fija en concepto de alquiler de la sala.¹⁵ También es habitual encontrar a sus managers, familiares o amigos a cargo de la venta de discos, remeras y otros artículos del grupo musical antes y después de los conciertos. En cuanto al trabajo editorial, con frecuencia cuenta con productores artísticos e ingenieros de sonido que,

¹⁵ Esto ha constituido uno de los más fuertes reclamos de parte de las distintas organizaciones de músicos. Conocido como “pagar para tocar”, el cobro del alquiler de sala a los músicos es aún hoy una práctica que, si bien la promulgación en el año 2009 de la Ley N° 3022 de Régimen de Concertación para la Actividad Musical no oficial de la Ciudad de Buenos Aires ha reducido, no ha desaparecido.

al ser amigos, familiares o compañeros de los músicos, reducen o sacrifican sus honorarios como forma de colaboración con el proyecto.¹⁶

Por su parte, muchos sellos *indies* se caracterizan por la ausencia de actividad regular y el escaso personal que suelen ocupar, fluctuante a lo largo del año. Esto lleva a que quienes allí se ocupan tiendan a tener otras actividades laborales, no siempre vinculadas a la música, a efectos de contrarrestar la irregularidad de estos ingresos. Viviana, quien tras una larga trayectoria en gestión cultural de gobierno y en un portal de música de internet comenzó a trabajar en un sello discográfico, nos confiaba la dificultad no sólo de sostenerse económicamente trabajando en un emprendimiento de música independiente, por lo cual debía tener otros ingresos o conseguir “changas”,¹⁷ sino de conseguir un sueldo por ese trabajo: “*Yo tengo un sueldo, eso no existe en sellos pequeños [...] dormís poco trabajando tanto en un medio que no te da de comer.*” Por otra parte, la obtención de un salario mensual en la música independiente, aun siendo irregular, se encuentra lejos de garantizar el pago de la fuerza de trabajo a su valor, esto es, cubrir las necesidades materiales e intelectuales para reproducir los atributos productivos de quien la vende. Aquí el salario puede inclusive alcanzar niveles tan bajos como para requerir un sostén financiero extra que no provenga de una actividad laboral; en este caso, Viviana debió recurrir a sus ahorros: “[Antes, cuando trabajaba en el portal de música de internet] *algunos meses quizás cobraba menos, otros más, pero... sí, me comí mis ahorros básicamente.*”

A esto se suma que gran parte de la música independiente se sostiene sobre trabajo informal, más allá de que la reducida cantidad de empleados por emprendimiento¹⁸ y los vínculos personales directos, en particular las relaciones de amistad y afinidad que aquí priman, tiendan a ocultar tal condición y amortigüen el conflicto.¹⁹ Estas circunstancias colaboran en el desconocimiento de una condición común, a saber, la de ser vendedores de fuerza de trabajo, por parte de quienes desempeñan labores en la música independiente, dificultando la articulación de sus intereses en organizaciones colectivas. Si bien se han desarrollado asociaciones no sindicales de músicos,²⁰ la ausencia de organizaciones clasistas en la música independiente resulta más que significativa, pues varios de nuestros entrevistados, tanto músicos como intermediarios, se han referido a la organización sindical de músicos (encarnada mayormente por el Sindicato Argentino de Músicos, SAdeM) como una institución vetusta, anticuada y ajena a las necesidades actuales de los músicos independientes. Así como en otras ramas de la economía, durante las últimas dos décadas en la cultura también han operado los

¹⁶ Además del trabajo gratuito de los músicos y la reducción voluntaria de honorarios de amigos y colegas tanto en la música editada como en vivo, debe destacarse la poca división del trabajo imperante en la música independiente. Se trata de una problemática que resulta sumamente interesante aunque excede el marco del presente artículo, por lo cual las condiciones y características del trabajo musical independiente están actualmente desarrollándose en un trabajo aparte para su pronta publicación.

¹⁷ Se denomina vulgarmente “changas” a los trabajos esporádicos, informales y mayormente mal pagos.

¹⁸ Según el relevamiento que hemos realizado durante el año 2010, alrededor del 75% de los sellos discográficos que contestaron la encuesta emplean menos de cinco personas y la mitad sólo una. Por su parte, los datos oficiales más recientes en la ciudad de Buenos Aires indican que los 64 sellos discográficos en actividad ocupan en total 257 personas (Observatorio de Industrias Creativas 2011), cifra que incluye tanto a las *majors* como a las *indies*. Ello permite inferir que el promedio de empleados por emprendimiento independiente es inclusive menor a las 4 personas que conforman el promedio de los sellos musicales en su conjunto.

¹⁹ La ausencia de estadísticas del mercado de trabajo desagregadas por actividad en el caso de la música nos impide avanzar con el análisis del trabajo informal en el sector. Si bien el Observatorio de Industrias Creativas de la ciudad de Buenos Aires ha publicado a mediados del año 2011 un informe sobre el mercado de la música, no provee datos sobre trabajo registrado y no registrado, aunque afirma que la actividad musical cuenta con un alto grado de informalidad (Observatorio de Industrias Creativas 2011).

²⁰ Este es el caso de la Unión de Músicos Independientes o el Movimiento Unidos Rock, ambos de reciente creación y tendientes a plantear demandas en torno de la práctica musical independiente (entre ellas, la ya referida a “pagar para tocar”), sin un carácter sindical o clasista.

procesos de tercerización laboral o el avance del trabajo por cuenta propia,²¹ lo cual ha erosionado fuertemente la base numérica de los sindicatos tradicionales como SAdeM.²²

En síntesis, mientras por un lado se encuentran voces que asocian a la música independiente con la creatividad, la innovación y la pasión por la música, por otro son los capitales allí operantes los que aprovechan el trabajo realizado por los distintos agentes, tanto en sus prácticas de *outsourcing* con discos terminados como en la organización de recitales,²³ por cuanto tienen a su cargo esas producciones como mercancías.

No es nuestro objetivo aquí analizar si ése es el deseo de los propietarios de sellos discográficos o si los trabajadores de la música lo saben o ignoran, sino advertir en esta realidad la hegemonía del capital discográfico. Éste logra, acompañado por representaciones de la música independiente como un espacio de pasión, amor y creatividad, que se reproduzca todo un espacio de mercado donde el trabajo musical se piensa ajeno a la relación mercantil para no ser remunerado o bien pagarse por debajo de su valor y produce mercancías que dinamizan el mercado y renuevan los catálogos. Esas representaciones atraviesan tanto a las prácticas de autoedición y contratación por parte de sellos discográficos como a la actividad musical en vivo, lo cual además de colaborar en la casi inexistente sindicalización en estas actividades tiende a borrar la separación entre los trabajadores y sus explotadores, agrupándolos frente a quienes se identifica con el poderío económico y la gran industria musical. De tal modo, el conflicto entre capital y trabajo tiende a diluirse tras la confrontación entre la pequeña y la gran producción musical, con lo cual todo planteo referido a clases sociales parece, si no inútil, anticuado.

Por su parte, la proliferación de sellos musicales independientes en Argentina en épocas de crisis económica se comprende como el resultado no de que la innovación y el desarrollo de músicos hayan dejado de representar un negocio para la sed de ganancia de las *majors* ni porque éstas necesiten realizar grandes inversiones sino porque los recursos allí generados no bastan para pagar la fuerza de trabajo a su valor. Esta dificultad no desaparece sino que no constituye impedimento alguno para las *indies*, a quienes corresponde así encargarse del “trabajo sucio” que representa la informalidad y la inestabilidad laboral, aun al precio de valerse del trabajo de sus propietarios si fuera necesario.²⁴ Como ya se ha señalado (Hesmondhalgh 1996), las *majors* tienen diversas modalidades para nutrirse de ello, con lo cual el círculo de valorización del capital se cierra exitosamente.

Reflexiones finales

En el desarrollo expuesto hemos visto cómo la distinción entre música independiente y *mainstream* ha mutado históricamente hasta alcanzar en la actualidad límites notablemente difusos en virtud de la articulación alcanzada entre compañías *majors* e *indies*. Sin embargo, las

²¹ El empleo registrado en el sector fonográfico en el ámbito de la ciudad de Buenos Aires, luego de alcanzar su pico histórico de 610 puestos de trabajo en el año 1997 y, en el marco de la crisis económica reducir drásticamente esa cifra hasta 278 trabajadores en el año 2003, no ha vuelto desde entonces a superar los 400 empleados registrados (Observatorio de Industrias Creativas 2011).

²² Respecto de la tensión entre SAdeM y otras organizaciones de la música independiente, véase Corti (2007).

²³ La organización de recitales de los grupos musicales incluidos en sus catálogos es una práctica que las *indies* han comenzado a hacer hace unos años en Buenos Aires, en sintonía con la difusión del modelo de negocios denominado “360°”, que supone integrar y explotar múltiples facetas del trabajo musical más allá del disco.

²⁴ El recurso al propio trabajo por parte de los dueños de los pequeños capitales para subsistir se ha identificado como una característica de la economía argentina, en virtud de la pequeña escala que históricamente ha tenido respecto de otros mercados nacionales. Al respecto, véase Iñigo Carrera (2003).

indies continúan considerándose factores de innovación y diversidad musical aunque requieran de las *majors*, fundamentalmente para la distribución.

En Argentina el desarrollo de la música independiente encuentra dos particularidades. En primer lugar, los convenios de edición y distribución entre sellos *indies* y músicos en los que estos últimos se encargan de todo el proceso editorial mientras los sellos distribuyen, catalogan y publicitan los discos, tal como suelen hacer a escala internacional las compañías multinacionales con las *indies*. Segundo, esto es acompañado con representaciones, por parte de los distintos actores, de la actividad musical independiente en tanto regida más por valores extraeconómicos que por el afán de negocio propio del capital discográfico de gran tamaño, es decir, las *majors*, lo cual es facilitado por lo infrecuente de los contratos entre *majors* e *indies* para difundir músicos locales en el exterior. Estas representaciones acompañan no sólo la negación de conflictos sino también el desconocimiento de las clases sociales al interior de la música independiente, obstruyendo el reconocimiento de la condición de trabajadores tanto de músicos como de distintos intermediarios involucrados que venden su fuerza de trabajo para realizar diferentes actividades y cuyos honorarios o sueldos muchas veces reducen o sacrifican.

Hemos recuperado el concepto de hegemonía en tanto permite reconocer desigualdades y comprenderlas en un todo social, para entender el lugar que le corresponde a la música independiente respecto de la valorización del capital musical y cultural en su conjunto, pues es capaz de producir en condiciones que incluyen el pago de la fuerza de trabajo por debajo de su valor con una apariencia de ajenidad a relaciones mercantiles y bajos niveles de conflictividad. La negación de conflictos entre capital y trabajo y la acentuación de las pugnas materiales y simbólicas entre capitales de diferentes tamaños (i.e. la música independiente frente a la *mainstream*) se constituye así en una importante plataforma de representaciones que colabora con el funcionamiento del capital musical en su conjunto. En palabras de Williams (1980), nos encontramos ante manifestaciones de lo hegemónico.

En concreto, la dominancia de las *majors* en el mercado de música global tiene implicancias no sólo en términos de géneros musicales sino de la producción musical en su conjunto. Su posición dominante en el mercado de la música local se completa con la dirección moral e intelectual como una dirección de clase (Mouffe 1985) de una fracción del capital, la más concentrada, respecto del proceso de producción musical, en tanto los distintos actores de la música independiente, sean músicos o intermediarios, se encuentran investidos de una aparente ajenidad tanto a una clase propietaria empleadora como a una clase trabajadora vendedora de fuerza de trabajo. En esto consiste lo hegemónico de la producción musical en beneficio del capital; mientras estas representaciones se consideran extrañas a las características de la música independiente, el conflicto entre quienes deben vender su fuerza de trabajo y quienes tienen la capacidad de comprarlo tiende a desaparecer, cual si se tratara de una producción que no estuviera sujeta a la relación mercantil, conformando así aquella falsa totalidad propia de la hegemonía donde el interés particular se reconoce general (Laclau 2005).

Este alejamiento de las clases sociales respecto de la producción cultural contemporánea se encuentra en sintonía con el triunfo de la hegemonía liberal que, como han indicado Crompton & Scott (2005), no sólo ha afectado la investigación científica al privilegiar los cuerpos teóricos más cercanos a la perspectiva de la individualización sino aun el desarrollo de políticas públicas al respecto. Hemos podido advertir esto último en la organización de la feria BAFIM en Buenos Aires durante los últimos años.

Nuestra intención no ha sido elaborar un mapa de clases y ocupaciones con fines clasificatorios sino advertir cómo la música independiente evidencia que los procesos de producción de la cultura involucran clases sociales y están atravesados por lo hegemónico en su pretensión de desconocerlo, inclusive cuando parecieran no intervenir los grandes consorcios de las industrias

culturales. En tal sentido, nuestro aporte se pretende doble. Por un lado, esperamos haber enriquecido la comprensión del fenómeno de la música independiente, indagando sus sentidos y despertando inquietudes para abordajes ulteriores sobre las condiciones en que se produce. Por otro, hemos pretendido llamar la atención acerca de la necesidad de pensar en clases sociales para comprender la dinámica de procesos de producción de cultura en un momento histórico donde ésta recibe cada vez mayor atención tanto de los mercados de capitales globales como por parte de las políticas públicas.

Finalmente, creemos que el fenómeno analizado reviste suma importancia para la investigación social en tanto no es azaroso sino que recobra sentido al atender a la totalidad social concreta con sus relaciones de fuerzas específicas, incluyendo relaciones de clase, en que se inscribe, lo cual en otras palabras significa reconocer a la cultura su potencia constitutiva de la totalidad social.

Bibliografía

Alabarces, P. (2008) "Posludio: Música popular, identidad, resistencia y tanto ruido (para tan poca furia)." *Revista Transcultural de Música*, 12.

Alabarces, P. (1993) *Entre Gatos y Violadores. El rock nacional en la cultura argentina*. Buenos Aires: Colihue.

Azenha, G. (2006) "The Internet and the decentralisation of the popular music industry: critical reflections on technology, concentration and diversification", *Radical Musicology*, 1. Disponible en <http://www.radical-musicology.org.uk> (consulta: diciembre 2011).

Benedetti, C. (2008) "El rock de los desangelados. Música, sectores populares y procesos de consumo." *Revista Transcultural de Música*, 12. Disponible en <http://www.sibetrans.com/trans/trans12/art02.htm> (consulta: abril 2010).

Callahan, M. (2005) *The trouble with music*. Edimburgh: AK Press.

Crompton, R. y Scott, J. (2005) "Class analysis: Beyond the Cultural Turn." In Devine, F., Savage, M., Scott, J. y Crompton, R. *Rethinking class. Culture, identities and lifestyle* (pp. 186-203). London: Pallgrave Macmillan.

De Gori, E. (2005) "Notas sociológicas sobre la cumbia villera. Lectura del drama social urbano." *Convergencia*, 38: 353-372.

De Marchi (2006) "A Nova Produção Independente: indústria fonográfica brasileira e novas tecnologias da informação e da comunicação." Tesis de Maestría, Niteroi: Universidade Federal Fluminense. [Mimeo]

Gallego, M. (2007) "Identidad y hegemonía: el tango y la cumbia como 'constructores' de la nación." *Papeles del CEIC*, 2 (2007): 1-25.

Garnham, N. (1997) "Economía política y estudios culturales: ¿reconciliación o divorcio?" *Revista Causas y Azares*, 6: 33-46.

Garofalo, R. (1987) "How autonomous is relative: popular music, the social formation and cultural struggle," *Popular Music*, 6 (1): 77-92.

Getino, O. (1995) *Las industrias culturales en la Argentina*. Buenos Aires: Colihue.

Grossberg, L. (1997) Estudios culturales vs. Economía política: ¿quién más está aburrido con este debate? *Causas y Azares*, 1997, 6: 47-62.

Hesmondhalgh, D. (1999) "Indie: the institutional politics and aesthetics of a popular music genre." *Cultural Studies*, 13 (1): 34-61.

Hesmondhalgh, D. (1996) "Independent record companies and democratisation in the popular music industry." Tesis doctoral, Goldsmiths College, London. [Mimeo]

Iñigo Carrera, J. (2003) *El capital: razón histórica, sujeto revolucionario y conciencia*. Buenos Aires: Ediciones Cooperativas.

Laclau, E. (2005) *On populist reason*. London: Verso.

Liska, M. M. (2009) "El tango como disciplinador de cuerpos ilegítimos-legitimados." *Revista transcultural de música*, 13. Disponible en <http://www.sibetrans.com/trans/a53/el-tango-como-disciplinador-de-cuerpos-ilegitimos-legitimados> (consulta enero 2012).

Luchetti, K. (2007). "Estructuración de la producción y organización empresarial en la industria fonográfica. El surgimiento de asociaciones de productores fonográficos 'independientes'". Tesina de grado, Carrera de Comunicación, Universidad de Buenos Aires. [Mimeo]

Luker, M. (2010) "The Managers, the Managed, and the Unmanageable: Negotiating Values at the Buenos Aires International Music Fair", *Ethnomusicology Forum*, 19 (1): 89-113.

Mallon, F. (2001) "Promesa y dilema de los estudios subalternos: Perspectivas a partir de la historia latinoamericana," en Rodríguez Ileana (ed.) *Convergencia de Tiempos. Estudios subalternos / contextos latinoamericanos. Estado, cultura, subalternidad* (pp. 117-154), Amsterdam: Rodopi.

Marx, K. (1998) *El Capital. Crítica de la economía política*. Tomo I. México: Siglo XXI.

Mouffe, C. (1985) "Hegemonía, política e ideología." En Labastida Martín Del Campo, Julio (Coord.) *Hegemonía y alternativas políticas en América Latina* (pp. 125-145). México: Siglo XXI.

Negus, K. (1999) *Music genres and corporate cultures*. London: Routledge.

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

Palmeiro, C. (2005) *La industria del disco*. Buenos Aires: Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires.

Peterson, R. and Berger, D. (1975) 'Cycles in Symbol Production: The Case of Popular Music', *American Sociological Review*, 40: 158-173.

Puente, S. (2007) *Industrias culturales y políticas de Estado*, Buenos Aires: Prometeo.
Trabajo y Sociedad, Núm. 21, 2013

Richard, N. (2005) “Globalización académica, estudios culturales y crítica latinoamericana”, en Daniel Mato (ed.) *Cultura, política y sociedad: Perspectivas latinoamericanas* (pp. 455-470). Buenos Aires: CLACSO.

Seman, P. y Vila, P. (1999) “Rock chabón e identidad juvenil en la Argentina neoliberal” en Daniel Filmus (Ed.) *Los 90. Política, sociedad y cultura en América Latina y Argentina en fin de siglo* (pp. 225-258). Buenos Aires: FLACSO-Eudeba.

Sisario B. (2011) “EMI Is Sold for \$4.1 Billion in Combined Deals, Consolidating the Music Industry”, *The New York Times*, 12 de noviembre de 2011, página B3.

Vila, P. (1985) “Rock nacional: crónicas de la resistencia juvenil”, en Jelín, E (comp.):

Los nuevos movimientos sociales/1. Buenos Aires: CEAL.

Williams, Raymond (1980) *Marxismo y Literatura*. Barcelona: Península.

Willis, Paul (1988) *Aprendiendo a trabajar. Cómo los chicos de clase obrera consiguen trabajos de clase obrera*. Madrid: AKAL Universitaria.

Fuentes:

BAFIM (Feria Internacional de Música de Buenos Aires) (2007) *Programa de mano*, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

CAPIF (Cámara Argentina de Productores de Fonogramas y Videogramas).

OIC (Observatorio de Industrias Creativas) (2011) “La Industria de la Música en la Ciudad de Buenos Aires”, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires: Buenos Aires.

SCN (Secretaría de Cultura de la Nación) 2011; “Actualidad de la Industria Fonográfica”, Boletín Informativo Click, Año N°6, N°20, Marzo 2011.

SINCA-SCN (Sistema de Información Cultural de la Argentina – Secretaría de Cultura de la Nación).