
UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

Licenciatura en Comunicación y Cultura

***Compañías Discográficas Independientes: Las indies como
propuesta alternativa de industria cultural en la Ciudad de
México***

Trabajo recepcional que para obtener el título de Licenciado en
Comunicación y Cultura

Presenta

Edgar Hugo Navarro Corona

Directora de trabajo recepcional

Mtra. Graciela Martínez Matías

México D.F. Agosto 2010

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS ©

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

Agradecimientos

*A la **Universidad Autónoma de la Ciudad de México**, gracias por brindarme una oportunidad de estudio y desarrollo profesional, así como una perspectiva de vida más humana.*

*A mis padres, porque sin su apoyo mis estudios no hubieran sido posibles. A mi **mamá** agradezco la infinita paciencia que me ha tenido en los desvelos y angustias que le he provocado. A mi **papá** por heredarme la pasión por la música y la convicción por morir en la línea de mi ideología. Gracias por tratar de entender mi forma de ser y respetar mi forma de vivir. A mi **hermana** por ser un ejemplo de profesionalismo y apoyo académico. Se que siempre han estado a mi lado.*

*A la Mtra. **Graciela Martínez Matías**, agradezco su dedicación, profesionalismo y paciencia en la realización de este trabajo, ha sido una guía importante para mi desarrollo profesional. Gracias por confiar, incluirme y abrirme las puertas en sus proyectos, así como por su bondad y consejos. Me ha enseñado el encanto por la profesión. Es ejemplo de motivación para continuar en el camino del estudio y profesionalismo.*

*Al Mtro. **Martin Hernández**, por enseñarme a Ser Libre, y como fusionar mis gustos y manías con el estudio. Por la libertad de pensamiento que permite que fluya en cada clase y sesión, y saber capitalizar lo que al estudiante le mueve, agita y desea. Su dedicación y pasión por el cine, video, radio y la música han permeado en mi formación para seguir preparándome día a día.*

*Al Profesor **Ernesto Guijosa**, por ser mí amigo y guía mental, y estar en los momentos más difíciles. Gracias por ayudarme a resolver y soportar las vicisitudes de la vida. Sus enseñanzas me han ayudado a comprender y aligerarme la existencia. Sin su ayuda no habría más música. Námaste.*

A la Dra. **Maricela Portillo** y a todos los profesores de la UACM que dedican su tiempo y parte de su vida a la enseñanza de sus conocimientos a las nuevas generaciones de estudiantes. Su aportación es valiosa para todos los jóvenes que buscan una oportunidad de progreso y en otras instituciones se les ha negado. Cada palabra suya y motivación es importante para continuar en el camino del aprendizaje. Ustedes son nuestra razón de seguir creyendo que puede haber un mejor futuro.

A la Profesora **María Teresa López Flamarique** (Maite), por su confianza e incluirme en su proyecto del libro *Alicia en el Espejo*, el cual fue un aprendizaje importante para mi formación profesional. También agradezco su apoyo por acercarme al Multiforo Cultural Alicia y facilitar mi investigación.

A **Ignacio Pineda** (Nacho Alicia), por abrirme las puertas del Multiforo Cultural Alicia y enseñarme acerca de la industria musical. Agradezco su confianza, el apoyo que me ha brindado, la entrada libre al Alicia y las cervezas que me ha regalado en los conciertos. Sin su ayuda esta investigación no hubiera sido posible. Gracias por acercarme y permitirme conocer la verdadera escena musical.

A **Arlo Guzmán** y **Polo**, agradezco el permitirme conocer más de cerca *Molécula Records* e *Iguana Records*, y facilitarme sus contactos. Y a todos los sellos discográficos independientes que son parte de esta investigación. Gracias por su tiempo y paciencia, en especial a *Noise Kontrol*, *Discos Tormento*, *Indie Rocks Records*, *Bam Bam Records*, *Estridencia Latina*, *Danger Corp.*, y todos los sellos discográficos que pertenecen al *Colectivo de Disqueras Independientes (CDI)* por confiar y hacerme parte del colectivo, “los chicos de los discos”.

A los grupos de música agradezco que me han regalado parte de su tiempo para realizarles entrevistas y conocerlos mejor, por la amistad y apoyo que algunos me han brindado, y ánimo para continuar ejerciendo esta labor: **Austin TV**, **Allison**, **Jessy Bulbo**, **Silverio**, **Nos Llamamos**, **Los Explosivos**, **Twin Tones**, **Telekrimen**, **Lost Acapulco**, **Sr. Bikini**, **Ágora**, **The Cavernarios**, **Ella tiene Dos Androides**, **La Fuerza Aérea**, **Delicado Sónico**, **Estrellita Mi Alegría**, **Garrobos**, **Fake Designers**, **Bagginz**,

Ardilla, Defecto y los que no me acuerdo. Así como a Miguel Solís y Warpig por compartir su visión acerca de la industria musical y ofrecerme su ayuda.

*A los compañeros de aula de la UACM, que me han dejado enseñanzas y sabidurías. Agradezco su apoyo incondicional. Y dedico parte de este logro a la generación del 2003, a los que no llegaron al final y los que están por llegar, cada uno ha sido parte importante para mi formación, y su esencia ha impregnado mi ser. Ha sido un placer compartir las mañanas frescas y las noches de internet a su lado (**Meche, Lucio, Nidia, Gaby, Miguel** y los que se me olvidan).*

*Dedico este trabajo a mis amigos **Rodrigo, Carolina, Gustavo,** y a todas las personas que han estado a mi lado en algún momento de mi vida (los amores posibles e imposibles) y han compartido conmigo parte de su existencia y música. Gracias por permitirme ser parte del soundtrack de su vida.*

Finalmente, también dedico esta investigación a los músicos que han dejado a un lado las comodidades de la vida, para aventurarse en el camino de la música. A las personas que creen y se emocionan cada vez que escuchan un nuevo acorde y deciden ofrecer su apoyo. A los abuelos que heredan a las nuevas generaciones sus sonidos y a los niños que tararean las futuras melodías. A la disidencia por el ruido que provoca y equilibra las sintonías de la vida. A los rebeldes que nunca se callan y mueren con su ideología. A todas las personas que gozan de la música y viven para ella. A los ruidos y sonidos que han entrado en mi ser y han transformado mi alma.....



“¡Oh, Dios mío, cuánta he escuchado! ¡Si me pusieras boca abajo seguro que caerían notas de mis oídos! La música siempre ha sido mi amiga y consuelo en los buenos y en los malos momentos, pues posee la magia de darnos siempre lo que nuestro corazón desea. La música, de entre todas las artes, toca el alma humana de manera única: es la más sublime, la más primigenia, la esencia misma de nuestros seres”.

Sir George Martin.



Índice.

Introducción.....	4
-------------------	---

Lado A

Capítulo 1. La industria cultural.

1.1 Concepto de cultura.....	12
1.2 La industria cultural.....	16
1.3 Funcionamiento de la industria cultural.....	21
1.4 Lo alternativo e independiente en las industria cultural.....	30
1.4.1 Lo alternativo.....	33
1.4.2 Lo independiente.....	37

Capítulo 2. Las compañías discográficas.

2.1 Construcción del objeto sonoro.....	43
2.2 Antecedentes de las discográficas.....	49
2.2.1 El nacimiento de las disqueras.....	50
2.3 Funcionamiento de las discográficas.....	54
2.3.1 Estructura de compañía discográfica.....	56
2.4 Sonidos irreverentes: El rock y otras sustancias “Una lucha contra la hegemonía cultural”.....	66
2.4.1 El inicio del rock.....	68
2.4.2 El rock, una forma de vida.....	70
2.4.3 Rock vs Poder.....	76
2.4.4 México Rock.....	78
2.5 Los sonidos de la sociedad, para la construcción de las industria discográfica.....	84
2.6 Las disqueras independientes, creadores de nuevos paisajes acústicos.....	88

Lado B

Capítulo 3. Industria discográfica independiente.

3.1 Concepción de las compañías discográficas independientes.....	91
3.2 Funcionamiento de las compañías discográficas independientes.....	98

3.3 Prácticas de las compañías discográficas independientes.....	104
3.4 Las <i>indies</i> como movimiento cultura.....	110

Capítulo 4. Las compañías discográficas independientes en la Ciudad de México.

4.1 Surgimiento de la industria musical independiente.....	119
4.2 Disqueras independientes en la Ciudad de México.....	124
4.2.1 El catálogo de los sonidos de la Ciudad de México.....	128
4.3 Análisis de compañías discográficas independientes.....	144
4.3.1 <i>Iguana Records</i>	148
4.3.2 <i>Molécula Records</i>	156
4.3.3 <i>Grabaxiones Alicia</i>	167
Conclusiones.....	182
Fuentes de información.....	191

Bonus Track.

Anexos.....	221
-------------	-----

Introducción

El sonido nace con la creación del hombre, se dice que cuando se formó el mundo un estruendo gigantesco se escuchó por todo el universo. Antes de que el hombre concibiera el habla, el ruido ya ocupaba su medio ambiente. El sonido anuncia lo que sucede, respalda pensamientos del ser humano, subordina, pero también libera, y su control siempre está en disputa.

El sociólogo francés Jaques Attali, menciona que el sonido es un analgésico que controla masas, pero también es un liberador de pensamientos. Su peligrosidad es conocida a través de la historia del hombre, por lo que se le distingue como un instrumento de poder en el sentido de que busca reforzar ideas. Por tal razón, se le difunde, masifica, y distribuye, pero también se le calla o desaparece.

En tal virtud, los sonidos producidos por el hombre, principalmente la música, y otras formas de entretenimiento como el cine, radio, televisión, revistas y periódicos, constituyen parte de las industrias culturales, las cuales surgen en Europa y Estados Unidos a finales del siglo XIX y principios del XX. A lo largo de su historia han sido propiedad del Estado y de los grandes corporativos industriales y han cumplido la función de ser transmisores de ideologías y cultura, y estar al servicio del poder.

Como es sabido, el control de las industrias culturales por parte del Estado y las corporaciones han ayudado a reafirmar sus planes de dominación de la población a través de lo que John B. Thompson ha denominado formas simbólicas insertadas en discursos y contenidos, mismas que al ser consumidas por el receptor, de alguna manera (no de forma determinante) inciden en su pensamiento y por ende en su conducta.

En este contexto existen en la sociedad organizaciones que por medio de la producción de objetos culturales diversos a los marcados por la gran industria, crean formas de contrapoder, como lo establece Manuel Castells en su libro *Comunicación y poder* (2009). La apropiación de estos objetos intenta ofrecer alternativas e ideologías de vida diversas a las planteadas por la hegemonía cultural. Se trata de la industria

cultural independiente, la cual produce sustancias auditivas y mensajes para la sociedad.

De alguna manera se puede establecer que la industria cultural independiente, y en específico la del sonido, se rebela ante los oídos de la sociedad, y se arriesga a crear discursos acústicos y semánticos que van en contra de los intereses de las clases dominantes; se rebela frente al sistema y el poder: es una opción para la sociedad.

La música, como parte de la industria, es una de las manifestaciones culturales que la población más consume en razón de su naturaleza accesible. Hay muchos intereses que se juegan en su producción, las empresas corporativas tienen el control de la industria fonográfica, ellas deciden lo que se produce y lo que se escucha; la mayor parte de la música que se compra en todo el mundo es realizada por las compañías discográficas transnacionales (*majors*). Frente estas poderosas corporaciones se yergue el contrapoder sonoro: la industria discográfica independiente (*indies*), la cual impulsa la creación, producción y difusión de lo que el autor de esta investigación denomina sustancias auditivas, esto es música, efectos, ruidos, paisajes y discursos sonoros que se resisten a ser parte de la hegemonía cultural.

En México, cómo en diversas partes del orbe, la rivalidad *majors vs indie*s forma parte de la realidad cotidiana, empero, en el Distrito Federal ello se acentuado al ser un espacio donde conviven múltiples sonoridades sociales, políticas y culturales. Murray Schafer ha hablado que la Ciudad de México es propietaria de variados paisajes sonoros que nos orillan a hablar de identidades acústicas.

El Distrito Federal al ser capital de este país y poseedor de una riqueza sonora invaluable se ha convertido en albergue de compañías disqueras transnacionales que operan hacia todo el país, que producen, distribuyen y difunden contenidos hegemónicos que dominan y subordinan a la población. Pero también de la industria discográfica independiente, la que mediante sonidos y ruidos, y otras sustancias auditivas liberan a la sociedad de la dominación cultural, a través de distintas alternativas ideológicas.

Como se ha expuesto, la industria discográfica independiente juega un papel sustantivo en la producción de objetos culturales para los habitantes de la Ciudad de México, pues les ofrece formas simbólicas alternativas a las expuestas por las *majors*, y las difundidas por las radios concesionadas. Sin embargo, este tema ha sido poco estudiado por las Ciencias Sociales, Attali y Murray Schafer son dos de los teóricos que han hecho análisis al respecto, pero concentrados en sus respectivos países, Francia y Canadá, pero del caso mexicano poco se conoce. Por esta razón, la presente investigación *Compañías Discográficas Independientes: Las indies como propuesta alternativa de industria cultural en la Ciudad de México* ofrece un análisis de la situación que esta industria independiente vive en el 2010, en concreto el estudio de tres disqueras del Distrito Federal que plantean contenidos, formas de producción y distribución particulares. Estas son: Iguana Records, Molécula Records y Grabaxiones Alicia.

En el primer capítulo se establece el marco teórico. La mirada conceptual a través de la cuál se mira este fenómeno es a partir de John B. Thompson y sus conceptos de cultura e ideología, para llegar al estudio del término de industria cultural planteada por Teodoro Adorno. Pero, encontramos que la industria cultural ha cambiado, y para entenderla se revisó el planteamiento de Ramón Zallo, investigador español, del cual se retomó su propuesta. También en este capítulo se trabajó con los conceptos de independiente y alternativo, mismos que son manejados por Diego Lizarazo en su libro *Un rastro en la nieve*.

Wright Mills en el libro *La Imaginación Sociológica* menciona que la promesa de las Ciencias Sociales es que el investigador tenga la capacidad de hacer converger biografía, historia y contexto. Frente a este planteamiento realizado por el sociólogo estadounidense en la década de los cincuenta, el segundo capítulo está dedicado al marco histórico. Se presenta un esbozo cronológico del surgimiento de las disqueras, desde la invención del formato físico hasta la era digital. En este apartado se trabaja algo de lo que el autor de la presente investigación considera es una aportación relevante para la comunicación: el estudio del sonido y su influencia en la sociedad. Dado que la música está construida de sonidos, ésta no se puede entender sin el estudio de su unidad básica. Los autores centrales para la construcción de este segmento son

Jaques Attali y Murray Schafer. El primero menciona que el rock se crea a partir de sonidos irreverentes contra hegemónicos, y en virtud de que este género se alza como el más usado por las *indies*, se narra un poco de su historia nacional e internacional. En el terreno local, autores como Juan Villoro, José Agustín y Parménides García Saldaña ayudaron a su comprensión. Los sonidos de las disqueras independientes, menciona Schafer, ayudan a la creación de países sonoros alternativos.

En el capítulo tres se plantea el tema de la industria discográfica independiente, se establecen conceptos claros que ayudan a comprenderla, y se resalta su funcionamiento, operación y prácticas como modelos representativos de movimientos culturales, retomando las ideas de Hebdige Dick, así como los fenómenos sociales que se producen alrededor de esta forma de producción. Explicar el rol que tienen los actores que trabajan en estas empresas es uno de los objetivos del apartado, pues permitirá que el lector comprenda que en muchas de las ocasiones la producción de un disco es realizada únicamente por cinco personas.

Finalmente, se llega al capítulo cuatro para abordar las compañías discográficas independientes en la Ciudad de México, donde se habla del surgimiento de esta industria y se cuenta parte de su historia. La metodología usada para la elaboración de este segmento es la etnográfica. Las técnicas utilizadas pertenecen a la metodología cualitativa: entrevistas a profundidad y observación participante, éstas además de generar la información sustantiva del presente documento, ofrecieron al investigador conocer la gestación de producciones musicales, distribución hasta llegar a la difusión de las mismas en conciertos. Además de que el investigador participó con los directivos de estas empresas en actividades varias: mesas redondas, reuniones de trabajo, en el Encuentro de la Creatividad Redistribuida y en la organización de muestras de disqueras independientes.

Como se mencionó líneas arriba, el estudio se centró en el análisis de tres disqueras independientes del Distrito Federal: Iguana Records, Molécula Records y Grabaxiones Alicia. La delimitación del corpus de trabajo se hizo a partir de una investigación general que permitió conocer la existencia de 88 disqueras alternativas y sus propuestas. Con esta información se seleccionaron a las tres mencionadas en razón de los siguientes argumentos:

Las tres son sellos discográficos con diferentes dimensiones y tiempo de existencia; producen diversos discursos para la sociedad y cada una de ellas se caracteriza por su singularidad. Grabaxiones Alicia y su sonido callejero; Iguana Records y su amplio catálogo fonográfico que se inserta en las estaciones más importantes de rock en el D.F. y Molécula Records y su estética musical y visual reflejada en sus discos.

La mayor parte de la información vertida en este capítulo es a partir de las entrevistas a profundidad efectuadas a los directivos de las disqueras mencionadas: Ignacio Pineda (Grabaxiones Alicia), Arlo Guzmán (Molécula) y Leopoldo Velázquez (Iguana Records). También se entrevistó a grupos de música pertenecientes a los sellos discográficos antes mencionados, personas de la radio, periodistas especializados en la música, y a conocedores de la industria de música independiente.

También se creó un catálogo con las *indies* existentes en la ciudad, el cual se logró a través de la observación directa de la escena de la música independiente del Distrito Federal. Importante es destacar que en la revisión bibliográfica, hemerográfica y digital efectuada, no encontramos documento similar, por lo que se considera otra de las aportaciones de esta investigación.

Se reitera, para el tratamiento correcto de este fenómeno cultural, se recurrió al uso de la metodología cualitativa para el conocimiento, descripción y comprensión del tema, a través de técnicas como la consulta de fuentes bibliográficas, hemerográficas, sitios *web*, videos documentales, entrevistas a profundidad y el uso de la observación directa y participativa. De tal manera, que todas estas técnicas en su conjunto ayudaron al análisis apropiado de la tesis.

En suma:

Con esta investigación se pretende dar a conocer la importancia y valor de la industria musical independiente de la Ciudad de México, así como el papel que desempeña en la sociedad a través de la producción de contenidos y discursos significantes, que muestran parte del contexto social actual, y que son una alternativa cultural para los habitantes de esta capital. Se desea definir a la industria musical independiente, como una forma

viable de producción cultural, que genera discursos para gran parte de la población. Y que a pesar de su falta de capital (económico y social) subsiste, y por consecuencia es admisible adentrarse en el fenómeno sociocultural que se genera alrededor de ella.

Es así, que la industria musical independiente, con sus formas de producción, prácticas y recepción en la sociedad, revelan que no están a la sombra de las grandes corporaciones musicales, por lo que están siendo cada vez más efectivas y continúan en todo momento adentrándose en el gusto y hábito de los ciudadanos. La música se creó para placer del ser humano y la producida por las independientes se realiza por necesidad del mismo.

LADO A

Capítulo 1. la industria cultural



***Capítulo 2. las compañías
discográficas***

ZAL-4306-ID

Capítulo 1. La industria cultural



Capítulo 1. Las industrias culturales

1.1 Concepto de cultura

Durante las últimas décadas el análisis de las industrias culturales se remonta a la conceptualización de la cultura vista y estudiada como el conjunto de rasgos distintivos que caracterizan a una sociedad o grupo social en un periodo determinado, el cual engloba modos de vida dedicados al arte, la tecnología, las ceremonias, los sistemas de valores, derechos humanos, tradiciones y creencias.

Es necesario hacer mención que el concepto de cultura está cimentado sobre la base científica del concepto de ideología, el cual a través del tiempo se ha venido revelando como una herramienta al servicio del poder político y social.

Es así que dentro del ámbito académico a la ideología se le concibe como la ciencia de las ideas, por lo que “el término ideología fue usado por primera vez en 1796 por el filósofo francés Destutt Tracy para describir su proyecto hacia una nueva ciencia que se relacionaría con el análisis sistemático de las ideas y las sensaciones, con su gestación, combinación y consecuencias” (Thompson, 1990: 47).

De esta manera, la ideología estudia las ideas, su origen y las leyes que las rigen, así como las relaciones con los signos que las expresan. Además, se hace mención del concepto ideología cuando una determinada idea es ampliamente compartida conscientemente por un grupo social inmerso en la sociedad, ya que está suele ser un rasgo de identidad que establece la pertenencia de cada sujeto a determinados círculos sociales. El concepto: ideología, ha sido importante en el desarrollo del pensamiento político y social, dado que es una arma para la política dentro del terreno del lenguaje.

Este término adquiere un tono diferente a partir de los textos escritos por Karl Marx, en donde “las doctrinas e ideas que constituyen la ideología

pertenecían al ámbito de la abstracción, representación e ilusión; expresaban los intereses de las clases dominantes y tendían a mantener el *status quo*” (Thompson, 1990: 69).

Muestra de ello lo podemos leer en *The german ideology* de Marx y Engels, donde vinculan la producción y la difusión de las ideas con la relación entre las clases, “ las ideas de las clases dominantes, son en cada época las ideas dominantes, esto es, la clase que constituye la fuerza material dominante de la sociedad, es al mismo tiempo su fuerza intelectual dominante” (Marx y Engels 1932: 64) . Así, “la ideología expresa los valores de clase dominante en el sentido de que las ideas que la conforman son ideas que, en cualquier periodo histórico particular, representan las ambiciones, preocupaciones, y deliberaciones anhelantes de los grupos sociales dominantes conforme luchan por asegurar y mantener su posición de dominio” (Thompson, 1990: 59).

A través de la historia autores como Engels, Lenin, Luckas, Gramsci, han tenido como base importante para la construcción de sus teorías a la ideología, sin embargo en esta ocasión no será necesario recurrir a sus propuestas conceptuales para saber que la ideología adquiere relevancia a partir del surgimiento de las sociedades modernas, en donde este concepto forma parte de las transformaciones culturales de las sociedades industriales modernas.

Así, en el inicio del periodo moderno el concepto cultura adquiere presencia significativa en las lenguas europeas, las cuales preservaron parte del sentido original de dicho término, el cual significaba el cultivo o el cuidado de algo, como a los animales o cosechas. Por lo que “a partir del siglo XVI, el sentido original se extendió poco a poco de la esfera de la labranza al proceso del desarrollo humano: pasó del cultivo de las cosechas al cultivo de la mente” (Thompson, 1990: 186).

Por ello, en los primeros años del siglo XIX, la palabra cultura era sinónimo de civilización, la cual describía el proceso progresivo de desarrollo humano, lo que es el movimiento hacia el refinamiento y el orden, alejándose de la barbarie y el salvajismo. En este recorrido conceptual, no habremos de soslayar que el término

cultura fue formulado principalmente por filósofos e historiadores alemanes, entre ellos Adelung, Heder, Meiners y Jenisch, quienes se referían a él de la siguiente manera: “la cultura es el proceso de desarrollar y ennoblecer las facultades humanas, proceso que se facilita por la asimilación de obras eruditas y artísticas relacionadas con el carácter progresista de la era moderna” (Thompson 1990:189).

Empero, también en esos años el concepto sufrirá una transformación importante con el surgimiento de la Antropología, pues dicha disciplina se interesaba por descifrar las costumbres, prácticas y creencias de las sociedades. A partir de esta mirada se define como un conjunto interrelacionado de creencias, costumbres, leyes, formas de conocimiento y arte, que los individuos como miembros de una sociedad van adquiriendo y adoptando, para ser parte de la sociedad donde se encuentran inmersos, transmitiendo a sus sucesores este acumulado de distinciones, para la preservación de la misma.

Es así, que la cultura, en su totalidad compleja, abarca al conocimiento y cualesquiera otras habilidades y hábitos adquiridos por el hombre a través de su historia, quienes le han dado un significante, que describe rasgos particulares de la raza, etnia y clase o grupo social.

Es necesario decir que los seres humanos no sólo producen y reciben expresiones lingüísticas significativas, sino que también dan significado a construcciones no lingüísticas, entre las que podemos mencionar: acciones, obras de arte y objetos materiales de diversos tipos.

La cultura es estratificada en estructuras significativas, las cuales consiste en acciones, símbolos y signos, y estos recaen en cuestiones del significado, el simbolismo y la interpretación, por lo que “ el hombre es un animal suspendido en tramas de significación tejidas por él mismo, considero que la cultura se compone de tales tramas y que él análisis de ésta no es, por lo tanto, una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significado” (Geertz, 1973: 5).

Sin embargo, estas estructuras significativas toman en cuenta los contextos y procesos sociohistóricos, así como las instituciones y los medios de comunicación, ya que mediante éstos se producen y se reciben los significados.

El escenario donde se dan estas estructuras significativas son el espacio y el tiempo, en éste se ejerce la acción e interacción de las formas simbólicas, en el cual son producidas y recibidas todas las ideas que serán parte de la cultura de la sociedad de una época y de su futuro.

El proceso sociohistórico en el que se dan las estructuras significativas es importante, ya que éste es el principal motor para que surjan las necesidades ideológicas, mismas que serán cultivadas en los individuos de una sociedad. Además de que es el campo de transmisión y recepción de las estructuras significativas. También las instituciones y los medios de comunicación juegan un papel importante en la creación y difusión de la cultura, porque éstos son la plataforma en los que se proyectan las estructuras significativas con sus acciones, signos y símbolos, los cuales construyen y permean la cultura de una sociedad.

Entonces, se puede decir que las instituciones y los medios de comunicación son el espacio en el que se produce y transmite la cultura, inyectando una gran dosis de ideas a la sociedad, la cual recibe y se apropia, para sumarla a su antecedente cultural y nutrir o engrandecer su cultura, por lo que posteriormente la sociedad y los individuos que la conforman reproducirán este acoplado de acciones, signos y símbolos al cual le han dado significado, simbolismo e interpretación, del tal manera que el proceso de producción, transmisión y recepción cultural se desarrolla una y otra vez.

Por tanto se puede enunciar que la cultura es lo que distingue o hace igual a una sociedad de otra, ya sea a nivel de nación, etnia o raza, ya que dentro de la cultura está impregnada su identidad, “la cultura es, por supuesto, lo que hace a un pueblo interesante y digno de atención para el resto del mundo. Es cómo expresa sus sueños y esperanzas el pueblo (cada uno de los miembros) de un país

y cómo habla de su pasado y de su futuro. Es lo que le interesa.” (Atkinson, Raboy, 1998: 14).

Por lo que la cultura habla de las actividades e intereses de una sociedad, lo que le importa y lo que no, de su pasado y su futuro, de sus prioridades, de cómo se concibe y se proyecta hacia el mundo, de lo importante que es a nivel mundial y del efecto para la orbe.

De tal manera, la cultura está en las tradiciones, creencias, modos de vida, reglas, normas, sistemas de valores, arte y tecnología. Y lo podemos ver reflejado en las diferentes técnicas de expresión como el cine, televisión, radio, fotografía, arquitectura, pintura, música, danza, literatura, teatro, escultura y todas esas formas de expresión y comunicación que existen y están por existir, en donde el hombre se crea y muestra ante los demás.

1.2 La industria cultural

En la actualidad, hablar de las industrias culturales es mencionar el conjunto de empresas e instituciones, las cuales su principal actividad económica es la producción de objetos culturales, de forma masiva y en serie, basada en la repetición constante de los esquemas de producción con fines de lucro. Donde éstos son elaborados para modificar los hábitos sociales, informar, educar, hasta finalmente transformar a la sociedad. Como ejemplos de medios de producción cultural tenemos: La televisión, la radio, los periódicos y revistas, el cine, la música, las editoriales, el teatro, la danza, los videojuegos, etcétera.

Estos ejemplos de industria cultural definen parte importante de las identidades de las sociedades actuales, ejerciendo una fuerte influencia en la determinación de los roles de cada individuo en la sociedad. Si bien es cierto que instituciones como la familia, la religión y la escuela son la base de la identidad de los sujetos, las industrias culturales dan forma y moldean a éstos, para su correcta inserción en el sistema social.

Para entender el concepto de industria cultural, es necesario remitirnos a la Teoría crítica y la Escuela de Frankfurt con los teóricos Theodor Adorno y Max Horkheimer y su libro *Dialektik der Aufklärung* (Dialéctica de la ilustración) escrito en 1944.

A manera de esbozo, la Escuela de Frankfurt surge con la fundación del Instituto para la Investigación Social en 1923, proyecto caracterizado por atraer a científicos de diferentes disciplinas como filósofos, psicólogos, economistas y sociólogos. El proyecto del Instituto consistía en renovar la teoría marxista de la época, haciendo hincapié en el desarrollo interdisciplinario y en la reflexión filosófica sobre la práctica científica.

La Teoría crítica es denominada como las teorías en conjunto de pensadores de diferentes disciplinas asociados a la Escuela de Frankfurt como: Theodor Adorno, Walter Benjamin, Max Horkheimer, Marcuse, Jürgen Habermas, Schweppenhäuser, entre otros. Y se caracteriza por rechazar la justificación de la realidad sociohistórica presente al considerarla injusta y opresora, postulando en su lugar, la búsqueda de una nueva realidad más racional y humana.

Retomando lo anterior, en el ensayo filosófico (Dialéctica de la Ilustración) se puede observar una descripción de la ideología de las sociedades modernas, en especial de Europa y los Estados Unidos de los años veinte, treinta y cuarenta, “en donde Horkheimer y Adorno analizaron las dinámicas sociohistóricas y sociopsicológicas subyacentes a este proceso en términos de una lógica general de ilustración y dominación, cuyas raíces se podrían rastrear a lo largo de la historia de la especie humana” (Thompson 1990:147). Y los seres humanos con el crecer del conocimiento aumentaron su dominio sobre la naturaleza y subordinaron cada vez más el mundo natural al ejercicio del control técnico.

Es entonces, que el término “industria cultural” Horkheimer y Adorno lo usan para referirse a la mercantilización de las formas culturales producidas por el surgimiento de las industrias del espectáculo en Europa y Estados Unidos a fines del siglo XIX y principios del siglo XX, especialmente del cine, la radio, la

televisión, la música popular, las revistas y los periódicos. “Estas industrias del espectáculo como empresa capitalista ha dado por resultado la estandarización y la racionalización de las formas culturales , y a su vez este proceso ha atrofiado la capacidad del individuo para pensar y actuar de manera crítica y autónoma” (Thompson 1990:148).

Es así, que en su análisis crítico de lo que ellos llaman la industria cultural, Horkheimer y Adorno proporcionan una de las primeras descripciones sistemáticas de la mediatización de la cultura moderna, e intentan extraer las implicaciones que tiene este proceso para el análisis de la ideología en las sociedades modernas.

El análisis crítico de Horkheimer y Adorno está basado en el caos cultural arrastrado por un precapitalismo, aunado a la diversificación o especialización tecnológica y social, en donde incluso las actividades estéticas coinciden en seguir obedeciendo al sistema. Muestra de ello eran los decorativos edificios de dirección industrial y los centros de exposiciones de régimen autoritario de principios del siglo XX .

También se reflejaba en los proyectos de edificación de viviendas urbanas, en donde al individuo se le hacía pensar que era un elemento supuestamente independiente, sin embargo, en realidad era lo contrario; le hacen ser aún más servil a su adversario: el poder absoluto del capitalismo. Asimismo, a los habitantes en su calidad de productores y consumidores, son atraídos al centro en busca de trabajo y de placer. En donde la falsa identidad de lo general y lo particular es el modelo de su cultura.

Los monopolios de la cultura es idéntica, las personas ya no están tan interesadas en disimular el monopolio, ya que cuanto más ostensible es, más crece su poder. Inclusive ya no es necesario que medios culturales como el cine y la radio tengan pretensiones artísticas, las ganancias terminan con cualquier duda de titularse industrias, por lo que la utilidad social de los productos terminados es la que menos importa.

Aunque es necesario mencionar que estos monopolios culturales son débiles y dependientes en comparación con la industria petrolera, eléctrica, siderúrgica, química, etcétera, ya que no se pueden dar el lujo de descuidar su esfera de actividad en la sociedad de masas (esfera que produce un tipo específico de servicios) porque podrían sufrir una serie de bajas. De modo que la dependencia es una característica común de esta esfera, cuyas distintas ramas están entrelazadas en el aspecto económico.

Es necesario mencionar que debido a que son pocos los centros de producción y muchos los puntos de consumo se crea una dirección, que planifica, organiza y establece normas, basadas en las necesidades de los consumidores, y éstos las aceptan con poca resistencia, dando por resultado el ciclo de manipulación y provocación de la necesidad.

La tecnología también juega un papel importante, ya que la base sobre la cual adquiere dominio sobre la sociedad es el de aquellos cuyo poder económico es mayor e influye. Esto crea la tecnología de la industria de la cultura y consigue la normalización y producción en cadena. Este proceso no se origina de una ley mecanicista de la tecnología, sino de su función de la economía actual.

Es así, que la necesidad de resistirse al control central del sistema social ha sido suprimida por la manipulación de la conciencia individual, suministrando al público una escala jerárquica de productos de diferentes calidades y elaborados en cadena y los consumidores son agrupados estadísticamente en tablas de organización prospectiva, clasificados según su nivel de renta.

Los productores no dejan ninguna posibilidad de clasificación a los consumidores, ya que ellos lo han realizado, por lo que los hombres que disponen de tiempo libre tienen que aceptar lo que los fabricantes de cultura le ofrecen, despojando al individuo de su contribución de elección y mejora de productos.

Esta descripción nos muestra un mundo objetivado, de control técnico, donde los humanos son parte de ello y la mercantilización, impulsada por el capitalismo, subordina y domina a todo sujeto que se encuentre inmerso en la sociedad.

Así, las industrias culturales fabrican discursos y contenidos que inundan el espacio de la cultura, desplazando las producciones tradicionales, siendo fábricas que responden a los principios industriales dominantes, generando productos simbólicos que ocupan el espacio social. “La cultura entonces, piensa Adorno, pierde su espíritu y se somete a lógica industrial, pulveriza su estatuto humano y adquiere una tesitura mercantil” (Lizarazo, 2002:21).

De tal manera que los contenidos de la cultura serán sólo mercancías elaboradas bajo principios industriales, donde rigen los principios de mínima inversión y máxima ganancia. Sin olvidar que estas mercancías responden a los intereses de las clases y grupos que controlan a las demás, siendo estas mercancías instrumentos para alcanzar fines económicos e ideológicos, funcionando como estructuras al servicio de grupos y círculos de poder que reconfiguran la cultura y el espíritu humano.

El consumidor ha sido subordinado al producto, siendo condicionado al consumo cultural, perdiendo su soberanía de libre albedrío, para ser un objeto más del mercantilismo. “Las necesidades e intereses de los públicos terminan por someterse a la lógica industrial, produciendo (como diría Foucault, mucho después), sociedades dóciles y disciplinadas.” (Lizarazo, 2002 :22).

Es entonces, que queda decir que las ideas y los sentimientos (productos) se fabrican industrialmente, para venderse mercantilmente. “Esas nuevas mercancías son las más humanas de todas, ya que cortan en rodajas ectoplasmas de humanidad, los amores y los temores novelados, los hechos diversos del corazón y del alma” (Morín, 1967:24).

Como se ha examinado la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt (especialmente de Adorno y Horkheimer, los cuales hemos retomado), es una crítica a las industrias culturales, y nos muestra la idea conceptualizada de las industrias culturales como la comercialización de las formas culturales producidas por el surgimiento de las industrias del espectáculo. En donde la sociedad en general no se puede resistir ante la manipulación y modo de producción de las industrias culturales (debido a la imposición de necesidades), además de ser sometida al capitalismo desenfrenado que padece el sistema social.

También, es necesario mencionar que las ideas que tienen los teóricos de la Escuela de Frankfurt acerca de las industrias culturales, han sido desarrolladas bajo la influencia del pensamiento marxista, en donde con el surgimiento del capitalismo, la explotación del hombre por el hombre, el desarrollo de las fuerzas productivas, la división social del trabajo, el nacimiento de la plusvalía y la propiedad privada, se producen cambios en la estructura económica, lo cual lleva como consecuencia a la modificación de la superestructura ideológico-jurídico-político de la sociedad. Es por ello, que su ideología nos permite percibir que están inmersos en el pensamiento de la lucha de clases sociales, en donde toda práctica cultural, económica, político y social, sirve para el sometimiento y subordinación de las clases más pobres.

Sin embargo, para continuar con el tratamiento de la industria cultural revisaremos y haremos uso de autores contemporáneos (los cuales no son tan influenciados por el pensamiento marxista y su lucha de clases), para dar pie al funcionamiento de ésta a finales del siglo XX y principio del siglo XXI.

1.3 Funcionamiento de la industria cultural

Si bien, hasta el momento hemos dicho que los bienes culturales producidos por las industrias culturales se diseñan y manufacturan de acuerdo con los objetivos de la acumulación capitalista y por lo tanto la subordinación de la sociedad de masas, también es necesario analizar a las industrias culturales desde otras

perspectivas, como el de los beneficios que tiene la sociedad con el consumo de ellas.

Para empezar a analizar el funcionamiento de la industria cultural es necesario profundizar en los actores y factores que se encuentran inmersos en ella, como los productores, consumidores y tipos de industria cultural.

Como se ha mencionado, desde el nacimiento de la industria cultural, en general, se le relacionó con la economía y la mercadotecnia, sin embargo es necesario decir que trajo como consecuencia la pérdida de la individualidad, lo que conlleva a la estandarización y la repetición provocada por la reproducción en serie, la cual no solo reproduce objetos culturales, sino también reproduce individuos susceptibles a ser manipulados de acuerdo con las normas que dicta la sociedad y quienes ostentan el poder en ella.

Los productores de cultura tienen como una de sus principales metas el asegurar que a través de sus productos exista la menor actividad mental del consumidor, “el espectador no debe utilizar su cabeza: el producto prescribe todas las reacciones...cualquier conexión lógica, que requiera olfato intelectual, es escrupulosamente evitada”. (Wolf, 1987:28)

De tal manera la industria cultural opera y funciona mediante el principio de cálculo y efecto, aplastando y doblegando a los objetos culturales de ser obras de arte, piezas únicas y de contemplación, para ser piezas seriadas con un fin, el cual se determinó desde la creación del objeto cultural.

Por lo que productores de cultura tienen el dominio total sobre los individuos, los cuales son parte indispensable del engranaje de la reproducción, siendo subordinados por el cálculo y el efecto, ya que “los productos de la industria cultural pueden ser consumidos rápidamente, incluso en estado de distracción. Pero cada uno de ellos es un modelo del gigantesco mecanismo económico que mantiene a todos bajo presión desde el comienzo, en el trabajo y en el descanso que se le asemeja” (Bell, 1992:185).

Los productores de cultura saben que están en un gigantesco organigrama en el que todo va interconectado. Y esto parece estar condicionado como si fuera un cuestionario de opción múltiple con alternativas y libertad de decisión, las cuales en realidad son alternativas y libertades limitadas, concretas y preestablecidas por productores y productos que prescriben todas las posibles reacciones. Y existe la apariencia de gozar de libertad de acción y de opinión, como si fueran destellos de liberación, “la apariencia de libertad hace que la reflexión sobre la propia esclavitud sea mucho más difícil de lo que era cuando el espíritu se encontraba en contradicción con la abierta opresión; así se refuerza la dependencia del espíritu”. (Aretz, 1987:293).

Es entonces, que la industria cultural produce en serie ya no únicamente objetos sino también sujetos acorde a los intereses de la industria, de la sociedad, y sobre todo de quienes tienen el manejo de ésta. Y es así como se va perdiendo la individualidad para llegar a la “masificación” del hombre, de tal manera que el principal cliente de las industrias culturales, es la sociedad de masas.

La sociedad de masas, consumidor principal de la industria cultural, surge como producto del capitalismo y fenómeno de la modernidad, según el pensamiento de Frankfurt. En donde con la penetración de la era capitalista se dio un cambio social impregnado de clases o grupos sociales los cuales estaban disipados y desorientados, debido a la alteración del medio que les rodeaba, formando grandes colectividades de individuos que no tenían personalidad ni identidad propia. Esta es una sociedad de hombres que inconscientemente se desenvuelven en forma casi vegetativa respecto al ambiente que les rodea, convirtiéndose en objetos de poder y de manipulación, como si fuesen una especie de “masa moldeable y uniforme”.

El “hombre masa” forma una sociedad acorde a él, una sociedad de masas, en donde no hay equilibrio y los hombres masa se esparcen e introducen en todos los ámbitos (cultura, económico, político y social), “masa es todo aquel que no se

valora a sí mismo – en bien o en mal- por razones especiales, sino que siente ‘como todo el mundo’ y, sin embargo, no se angustia” (Ortega, 1993:45).

Es así, que dentro de la masificación de la sociedad y la cultura, se construyen individuos que no obedecen a sus sentimientos y valores propios, sino a los impuestos por la colectividad, mismos que se ven reflejados en conductas no genuinas, creando situaciones homogéneas, por lo que el individuo vive siempre en masa, en colectividades determinadas. Y la reproducción masiva corresponde en efecto a la reproducción de masas, este proceso está en relación con el desarrollo de la técnica reproductiva, y “la conciencia individual tiene un ámbito cada vez más reducido, cada vez más profundamente preformado...La responsabilidad del espíritu se convierte en una ficción, según la tendencia predominante de la sociedad” (Aretz, 1987:309).

De tal manera, la industria cultural trata de suprimir la individualidad y en la medida en que el hombre se acerca al estereotipo determinado por ésta, va a ser aceptado socialmente. La cultura industrial ha hecho al hombre miembro de una especie. Ahora, cualquier persona significa únicamente los atributos por los que puede remplazar a cualquier otra: es intercambiable, una copia, como individuo es absolutamente insignificante.

La principal función de la industria cultural es dar un servicio a la sociedad, orientando “el arte” hacia la comunidad, produciendo y difundiendo, bajo el principio de cálculo y efecto, para un consumo masivo y reproducción del mismo.

Por ello, se le concibe a la industria cultural como productora de cultura prefabricada, en donde sus principales funciones son: la composición sistemática a través del despliegue de los medios masivos, la estandarización de bienes culturales y la formalización de técnicas, es decir, la homogenización. Dando como resultado que “la cultura se convierta en producto y productor de masas. Se establece un círculo vicioso entre las necesidades de los consumidores y la forma de la cultura que las satisface, induce y recrea. El individuo lo es en tanto que forma parte de la masa” (Millán, 1983:158).

Es así, que los individuos pasan a ser “sujetos-objetos”, también producidos en serie de acuerdo a los estándares y requerimientos del sistema, determinado por el factor socioeconómico; y para que se lleve a cabo la formación de estos moldes, existe la cultura de masas, la cual es la producción de bienes culturales que se fabrican para el hombre masa. “La producción cultural surge de las necesidades globales de un sistema social y está determinado por él. Más específicamente, hay una organización material propia para cada producción cultural” (García, 1981:31).

La cultura de masas no es más que la estandarización de los productos (entre los de alta cultura y baja cultura), fabricados a escala masiva y vendidos en el mercado, distribuyéndose a granel y comercializados de la misma manera. Dichos bienes están saturados de estereotipos y clichés, “la vulgaridad y la mediocridad mezcladas con la confusión son las características principales del producto cultural manufacturado de masa” (Giner, 1979:271).

Por tanto, la cultura de masas es un sistema de cultura formado por mitos, valores e imágenes el cual hegemoniza al individuo y éste como consumidor forma parte de grupos sociales carentes de relaciones interpersonales, que está dispuesto siempre a formar parte de una masa de individuos dispuestos a servir y a vivir para y en la sociedad, “la cultura de masas contribuye a debilitar todas las instancias intermedias- desde la familia hasta la clase social- para constituir una agregación de individuos- las masas- al servicio de la súper máquina social” (Wolf, 1987:117).

Los productos de la cultura de masas tienen como función la docilidad y la sumisión del consumidor, atrayendo al mayor público posible. Siendo éstos instrumentos del poder.

En un principio de los centros industriales comenzaron a salir millones y millones de productos idénticos, camisas, zapatos, automóviles, relojes, juguetes, jabones, cámaras fotográficas, etcétera, algunos eran productos de necesidades básicas, otros no, pero tenían la característica de ser de fabricación industrial y

atractivos para el público universal. El individuo se veía envuelto en el sistema económico y social con productos atrayentes y de comodidad, de forma que éste no sintiera la inclusión hacia el modelo de masas. Así, “ la homogenización cultural, el comercialismo, la vulgaridad y la inmoralidad no pueden ser componentes inocuos de una cultura al ser tragados acriticamente por un público perpetuamente ávido” (Giner, 1979:273).

La industria cultura incursionó en la producción de productos artísticos como la pintura, la literatura y la música con lo que se masificaron estos medios de expresión. En el caso de la música, ésta se introdujo en el mundo de la industria y con ello el inicio de su decadencia.

La incorporación de la música en la cultura de masas va mas allá de la producción grabada, se inserta en el mensaje que se proyecta y en la interpretación de la misma. Aunque en el desglose del funcionamiento de la industria de la música podríamos hablar de “la ‘producción’ en el sentido de la composición, la ‘reproducción’ en el sentido de la interpretación del músico y el director, y ‘consumo’ en el sentido de la acogida del auditorio” (Buck, 1981:86).

Y con ello hablamos de que en el momento en que la música entra en la industria cultural pierde su sentido reaccionario, “... (en) la nueva música el lenguaje musical no era conceptual y por lo tanto no podía ser leído directamente en términos de su función social revolucionaria” (Buck, 1981:91). En el instante en el que la música es un producto para la sociedad de masas, se termina con el trabajo intelectual encargado de ser crítico y liberador de conciencias.

Una vez que la industria cultural ha creado sus productos, para que surja efecto su composición sistemática en la sociedad de masas, se proyectan a través del despliegue de los medios de comunicación masiva, los *mass media*, encargados de la configuración de la estructura social.

Debe entenderse a los medios de comunicación como un “instrumento” de comunicación de masas y no como el acto comunicativo en sí. Éstos nacen con el desarrollo de la tecnología y el desarrollo económico, pero por la gran influencia

que tienen, suelen ser el objeto de creación y adquisición de gobiernos y empresas. “Los *mass media* son industrias: unidades fabriles que progresivamente construyen los discursos y contenidos que inundarán el espacio de la cultura desplazando la producción tradicional y espiritual. Fábricas que al responder a los principios industriales dominantes generan el torrente central de productos simbólicos que ocupan el espacio social. (Lizarazo, 2002:21).

La importancia de los *mass media* reside en que contribuyen significativamente en la configuración de nuevas formas de estructuración social, y no en la simple labor de ser estructuras de difusión de la información, tampoco sistemas de interconexión social, para el intercambio de informaciones y perspectivas diversas.

Por lo que los *mass media* responden a los intereses de las clases que los controlan y éstos son “instrumentos para alcanzar fines económicos e ideológicos, estructuras al servicio de grupos y concentraciones del poder que reconfiguran la cultura.” (Lizarazo, 2002:22).

La estructura de los medios comunicación masiva está diseñada como una estructura compleja dominante, pensada como “proceso en términos de una estructura producida y sostenida a través de la articulación de momentos relacionados pero distintivos -Producción, Circulación, Distribución/Consumo, Reproducción-” (Hall, 1980:129). Este proceso se sostiene a través de la articulación de las prácticas anteriormente mencionadas, conectadas entre sí.

De tal manera, el objetivo final de los *mass media* radica en el significado de los mensajes, los cuales son vehículos de signos, a través del discurso, el cuál llega a distintas audiencias por medio de diversos procesos de distribución. Una vez completado este ciclo, “el discurso debe entonces ser traducido-transformado nuevamente en prácticas sociales, así el circuito va a ser a la vez completado. Si no hay “significado” puede no haber “consumo”. Si no se articula el significado en la práctica, no tiene efecto”. (Hall, 1980:130).

Es así, que los medios de comunicación masiva ponen los productos culturales al alcance de todos, la sociedad de masas, trabajando mutuamente con la industria cultural en la elaboración de la cultura de masas, ofreciendo productos culturales que obedecen a un sistema opresor.

Sin embargo, es necesario hacer una reflexión acerca de la industria cultural y su funcionamiento, debido a que ésta actualmente no suele ser tan rígida y maquiavélica en el origen de su producción, si bien hasta el momento hemos analizado a la industria cultural desde una perspectiva de la Escuela de Frankfurt con bases marxistas, y autores que obedecen a este tipo de pensamiento, también es necesario reconocer los beneficios de la industria cultural, y para ello el dinamismo que hay dentro de ella, descartándola de ser inerte o servidora de una sola función.

Para ello contamos con otra perspectiva, la cual está sujeta a un punto de vista económico y sociolaboral, donde la industria cultural “es un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y se destina finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social” (Zallo, 1992:9)

Por lo que la tipología de Ramón Zallo, acerca de la industria cultural, va más allá de una simple visión funcionalista de carácter opresora de individuos y que sólo se manifiesta de una sola manera. Zallo conceptualiza a la industria cultural bajo una tipología de cuatro tipos de producción de cultura, éstas son las siguientes:

- La *cultura tradicional*, que abarcaría las producciones asociadas a las bellas artes, (pintura, escultura...) o a los espectáculos en vivo (teatro, danza, conciertos...) y que se caracteriza sobre todo por la irreproductibilidad;

-
-
- La *cultura artesanal*, diferenciada de la anterior por un grado limitado de reproducción, debido a la propia naturaleza de los medios de producción (artesanado de carácter artístico, videoarte...);
 - La *cultura independiente*, reducida por la búsqueda de una eficacia primordialmente estética, ideológica o política (prensa de partidos y grupos religiosos, fanzines, radios libres, televisión comunitaria, bases de datos alternativos...);
 - La *cultura industrializada*, “guiada u organizada por un capital que, como el resto de las actividades industriales, busca reproducir y ampliar su valor, estructurando, por tanto, procesos de trabajo y producción industriales y capitalistas en función de sus necesidades de valoración, aunque ajustándose a las particularidades del tipo de producción que exige la oferta cultural” (Zallo, 1992:18).

Una vez conociendo estos cuatro tipos de producción cultural, se tiene una visión distinta a la del sometimiento de masas, ya que la tipología, mostrada anteriormente, nos habla de las diferentes formas de producción cultural, los cuales obedecen a diferentes objetivos y prácticas. Con ello se genera la posibilidad de la existencia de diferentes tipos de consumidor cultural y las maneras de su reproducción, fracturando el modelo del hombre masa y su sociedad, así como el uso de los medios de comunicación, reconfigurando éstos en su forma de uso y planeación.

La industria cultural con sus características actuales, deja de ser dañina para la sociedad, ya que dentro de ella coexiste una diversidad de tipos de productos culturales y de creación cultural, beneficiando al consumidor, quien puede elegir entre una amplia gama de bienes, según sean sus necesidades.

Con ello se generan beneficios para la sociedad: el derecho de elegir entre una pluralidad de objetos culturales, la acumulación de conocimiento e información que estimula la reflexión crítica y aumenta la formación cultural, así como el acceso a diferentes manifestaciones y expresiones culturales para los sectores marginados. Con esto se llega a una renovación cultural constante, la cual se

verá reflejada en la aparición de nuevos usos y costumbres así como en la incorporación de nuevos lenguajes artísticos.

Además, esta perspectiva de industria cultural y sus diferentes formas de producción permite el manejo distinto de los medios de comunicación y las tecnologías, utilizadas en beneficio de creación y difusión de estos bienes culturales. Con ello la sociedad se enriquece culturalmente, y se logra que el sujeto no esté sometido a un solo patrón ideológico, dominador de sociedad.

A continuación analizaremos diferentes formas de producción cultural. En esta ocasión examinaremos dos propuestas de industria cultural: la alternativa e independiente, sobre las cuales profundizaremos en el siguiente tema.

1.4 Lo alternativo e independiente en las industrias culturales

La industria cultural es un sistema ordenado desde el interior del mundo, el cual estructura y planifica cada espacio de exhibición diaria, así como el disfrute individual y colectivo, de tal manera que los individuos no quedan exentos de ser parte del consumo de productos culturales.

Este sistema planifica el tiempo libre del sujeto, el cual es una simple pieza del engranaje de la industria cultural, que hace del consumidor una cifra del porcentaje de la estrategia de marketing; homogeniza a hombres y mujeres con un cierto nivel de consumo, caracterizándolos como consumidores de bajo o alto nivel socioeconómico.

Por lo que los productos culturales siempre corresponden a las características particulares de la sociedad. Haciendo que cultura y sociedad avancen juntas de la mano. Desde el momento en que la sociedad entró en la era de la industrialización, la cultura también hizo lo correspondiente, de lo contrario se hubiese roto la dinámica social. La cultura es el resultado de la interacción entre los hombres, surge como respuesta a sus necesidades materiales y espirituales, además de la interacción del hombre con su medio ambiente lo que determinará su forma de vida, valores, usos y costumbres, etcétera.

La sociedad se apropió de los bienes artísticos que la industria cultural les brindaba, “rechazar la cultura capitalista como totalidad, es no entender, su desarrollo contradictorio y perder el punto crítico de las cualidades potencialmente liberadoras de la producción masiva y las relaciones sociales modernas”(Swingewood, 1979:21).

Es así, que pensar que la industria cultural ha causado daños en la sociedad es inapropiado, al mirar el entorno que nos rodea, ya que ha sido inevitable la conjunción entre tecnología, arte, cultura y economía, por lo que su funcionamiento ha beneficiado a la sociedad, ya que los productos u obras culturales llegaron a un amplio número de consumidores (productos culturales para todos) y con ello la transformación social. “Lo que describe Walter Benjamin es la democratización de la cultura en la que la ‘decadencia contemporánea del aura’ fluye “del deseo de las masas contemporáneas de traer las cosas ‘más cerca’, espacial y humanamente”, y así humanizar al arte alto a través de relaciones sociales colectivistas de la reproducción cultural” (Swingewood, 1979:116).

Con la industria cultural, las formas de expresión artísticas como la pintura, la escultura y la música dejaron de ser objetos exclusivos de la élite, para insertarse en la cotidianidad de los individuos que forman la sociedad, adaptándose a las necesidades y lenguaje de las mayorías. Clasificándose en valores monetarios de adquisición, lo cual determina el valor del producto, así como el rango de pertenencia de clase social.

El producto cultural manifiesta la identidad de quien lo consume, ya que a partir del objeto se pueden conocer algunas características de la identidad del sujeto que lo porta. Así, el producto cultural va de la mano con la identidad, ya que el primero es el reflejo del entramado personal, en donde podemos analizar a partir del objeto cultural, la educación, la familia, género, edad, religión, clase social, socialización, etcétera, siendo así que “ las identidades sólo pueden formarse a partir de las diferentes culturas y subculturas a las que se pertenece o participa” (Giménez, 2004:78). Siendo así, el objeto o producto cultural portador de las categorías culturales definen parte de la identidad de los individuos de la sociedad.

El producto cultural, además de tener un papel importante en la reproducción de mensajes impregnados de ideologías, también es símbolo de *status* económico, ya que éste determina la clase social de la persona que adquiere el producto. “Se consume para parecerse, y no ya, como en la representación, para distinguirse. Lo que cuenta en lo sucesivo es la diferencia del grupo entero con lo que él mismo era la víspera, y no ya la diferencia dentro del grupo”. (Attali, 1995:164).

La música, se puede decir, es de los productos de la industria cultural, que genera mayor ganancia económica, ya que su amplio rango de categorías sonoras y discursivas permite llegar a un gran número de consumidores. Es inevitable que alguien perteneciente a la sociedad quede al margen del consumo musical, debido a las extensas ramificaciones musicales, que es donde existe la variedad de mensajes y cada persona elige el suyo. “La música, disfrute inmaterial convertido en mercancía, viene a anunciar una sociedad del signo, de lo inmaterial vendido, de la relación social unificada en el dinero.” (Attali, 1995:11).

De tal manera, a partir de que la sociedad (hombre común) empezó a ver a los objetos culturales producidos por la gran industria, como una carga de signos proyectados, decidió construir sus propios objetos, convirtiéndose en productora de cultura, volviéndose independiente de las industrias culturales controladas por los empresarios y gobierno, convirtiéndose en una alternativa de consumo cultural.

Es así como nacen las industrias culturales independientes y alternativas, las cuales permanecen al margen de corporativismos y producciones en serie, creando y compartiendo mensajes de empatía con la sociedad, sin ningún estímulo de manipulación social, ni mucho menos emplean el concepto de ganancia económica dentro de sus políticas de empresa.

La mayoría de las industrias culturales independientes y alternativas se encuentran en la subsistencia y en riesgo de desaparición, debido al poco consumo de sus productos, provocado por diversos factores: no tener acceso a los medios de difusión masiva, los cuales permitirían llegar a un mayor número de

consumidores, también, alto costo de los productos, inducido por no ser una producción industrial en serie (maquila), motivo para que los precios se incrementen y en ocasiones se ven en la necesidad de comprar los insumos de producción con las grandes corporativas de cultura.

Los mensajes que producen las industrias independientes y alternativas, surgen por la necesidad de la sociedad en construir sus propios discursos que den cuenta de la realidad social, las carencias, la cotidianidad a la que se enfrenta el hombre común, y así dejar fuera la información de las grandes industrias culturales. Estas construcciones semánticas independientes muchas de las veces hablan de los sueños, las metas y utopías del hombre de a pie, metas que la mayor parte de las veces no llegarán a alcanzarse.

Sin embargo, entre la industria independiente y alternativa, existen diferencias, tanto en su forma de producción como en la construcción de sus mensajes, por lo que analizaremos a continuación estos dos tipos de propuestas de industria cultural.

1.4.1 Lo alternativo

Lo alternativo existe fuera o al límite de las franjas de la corriente principal o cultura popular, bajo el mando de grupos o personas con una cultura diferente, caracterizada por la oposición sistemática a la cultura dominante. “En esencia el movimiento alternativo planteaba la construcción de procesos de comunicación al margen de la lógica industrial donde los medios fuesen utilizados en un sentido radicalmente distinto al hegemónico”. (Lizarazo, 2002:24).

Lo alternativo no está claramente definido, pero su posición es firme ante el uso de los medios, utilizándolos como liberadores o emancipadores de los procesos masivos de comunicación, donde predomina el carácter autoritario, antidemocrático y enajenante, por lo que Diego Lizarazo afirma que: “la propuesta alternativa buscaba la descentralización, la acción política de las masas y la propiedad colectiva de los medios y procesos. Aunque en cierto sentido lo

alternativo se planteaba en términos holísticos, es decir, refería a la producción, circulación y consumo de las comunicaciones, su esfuerzo se centró en los medios alternativos, es decir, en las estructuras de producción de mensajes con un sentido distinto al dominante”. (Lizarazo, 2002:25).

Es necesario mencionar que el concepto de cultura alternativa se arraiga durante los años 50 en Europa occidental y Norteamérica, conjuntamente con la aparición de películas de los Estados Unidos, como el *Salvaje* (1953) y el *Rebelde sin causa* (1955), además de la aparición del muchacho *Teddy* (adolescente británico de principios de los años 50 que usa ropa inspirada en el estilo del periodo *Edwardian*, y se inserta en conflictos de pandillas). Por lo que los adolescentes de esta época influenciados por estos personajes, expresan colectivamente la rebelión contra los valores de sus padres y la autoridad en general.

Sin embargo, es hasta principios de los años 90 cuando el término cultura alternativa se concibe como actualmente lo conocemos, como el concepto del que se apropió la sociedad para nombrar a cualquier tipo de manifestación cultural desconocida o diferente a la convencional; la cultura juvenil, la cultura subterránea y la contracultura son ramificaciones de la cultura alternativa.

El *alternativismo* también ha permeado en los medios de comunicación, creando diferentes espacios a los ofrecidos por las grandes industrias. En ellos, el consumidor encontrará que sus prácticas de producción, circulación y consumo son diversas a las creadas por los modelos corporativistas e institucionales. Entre los que podemos describir se encuentran los impresos y audiovisuales, en especial revistas, programas de televisión y radio, los cuales últimamente se han insertado en la red de internet, a través de blogs, revistas electrónicas y sitios web para ser consultados en cualquier momento del día.

Los medios de comunicación alternativos intentan crear una visión diferente de la realidad, en comparación con la que proyectan los medios de comunicación convencional; dentro de su línea editorial se tiene como propósito mostrar la vida cotidiana del hombre mundano y sus prácticas culturales, su deformación y transformación, sus ritos y costumbres, ello con el fin de liberar o

emancipar a la sociedad de estereotipos y sueños contruidos por los medios de comunicación masiva.

Sin embargo, los medios de comunicación alternativa aún no han podido ser fuente principal de información y entretenimiento de la sociedad y estar a la par o por encima de los medios convencionales, esto se debe en gran medida a que “la comunicación alternativa tuvo dificultad para reconocer las formas efectivas en que los públicos masivos rearticulaban los procesos comunicativos dominantes en sentidos muy diversos, y en relaciones y sinergias que desbordaban el principio de la enajenación. Probablemente, también por su ubicación política, supuso que la pura acción alternativa era capaz de redefinir la comunicación en su conjunto, mientras que la experiencia histórica mostró un ensanchamiento vertiginoso del radio de acción de lo masivo y de reificación de la comunicación industrial. Digamos que lo alternativo como recurso político para la toma de los procesos sociales comunicativos, fue demasiado marginal para alcanzar su propósito”. (Lizarazo, 2002:25).

De tal manera, medios alternativos de comunicación como las radios comunitarias, locales y universitarias, revistas, fanzines, gacetas, programas de TV (por sistema de paga), sitios de internet, etcétera, suelen tener poco tiempo de vida, y son contadas las transmisiones o números de edición que llegan a realizarse para la sociedad. Por lo que se ha vuelto común saber qué nuevos medios de comunicación alternativa se inauguran día a día, así como de su desaparición.

En el caso del mundo del disco, el término de alternativo se le aplicó a la música de los ochenta y principios de los noventa, en especial a la música rock de EE.UU. e Inglaterra. Podemos mencionar a las primeras bandas alternativas importantes, R.E.M. y Hüsker Dü, surgidas a mediados de los ochenta, y como líder de esta corriente musical al grupo Nirvana (grupo de rock *grunge* de Seattle), con su disco *Nervermind* (1991), quien dio a conocer mundialmente el concepto de alternativo, junto con agrupaciones de la misma camada como Soundgarden, Pearl Jam, The Smashing Pumpkins, entre otros. Más tarde aparecieron grupos británicos que su música fue clasificada de alternativa: Blur, Oasis, Radiohead, Pulp, Suede, Supergrass, The Verve, etcétera.

El concepto de música alternativa fue un término usado como etiqueta para toda la música que se no se insertaba en el *mainstream* (cultura o corriente principal), especialmente de Estados Unidos y Reino Unido, y los grupos que entraban en esta categoría (de establecimientos comerciales) eran bandas de rock, bajo los estilos o ritmos de *grunge*, *punk*, *noise*, etc., ramificaciones del rock que los comerciantes de la música no podían comprender, ya que no tenían conocimiento de estos estilos y eran difíciles de comerciar; así, los grupos que tocaban estos estilos de rock se les etiquetaba como alternativos. Por lo que el concepto *alternativo* no es un estilo de música como tal, sino una denominación muy amplia que abarca desde las letras depresivas y guitarras distorsionadas del *grunge*, hasta la inocencia del *twee pop*, pasando por las historias de la ciudad del *britpop*, los sonidos impalpables del *dream pop*, hasta llegar a la experimentación del *post rock*. “El rock alternativo abarca muchos subestilos. Para complicar las cosas, se puede decir que muchos grupos empiezan su carrera como <<alternativos>> simplemente porque son poco conocidos y, por tanto, no son *mainstream*, pero en cuanto tienen más éxito y, en consecuencia, se incorporan *al mainstream*, ya no se consideran <<alternativos>>, aunque su música haya cambiado poco”. (Heatley, 2006:470). En general la música o movimiento alternativo ha sido una coyuntura en la historia de la música y más tarde, moda en la sociedad.

En conclusión hablar de *alternativismo* suele ser impreciso e indefinible. En un principio lo alternativo era la respuesta de choque hacia la hegemonía impuesta por los medios comunicación, productores de cultura, pero con el tiempo se ha convertido en una clasificación más del mercado de la llamada industria cultural. Por lo que esta etiqueta a pesar de ser usada por pequeños productores de cultura o independientes, también la suelen utilizar los grandes corporativos industriales para crear nuevos productos, que en su momento de producción e inicio de circulación solo eso, “una alternativa más” o “alternativo a lo que está de moda”, pero más tarde pertenecerán a la corriente principal o *mainstream*. Siendo así, solo una categoría dentro la industria cultural que produce masivamente y en serie.

Sin embargo, aunque el término alternativo ha sido acuñado por los corporativos industriales como una etiqueta o clasificación más del mercado, no se

debe olvidar a los pequeños productores de cultura, que estando en contra de la hegemonía cultural y en desventaja ante los corporativos, usan el concepto ideológico de alternativo como una opción ante la cultura deshumanizada, donde impera la competitividad, la explotación, el interés particular, la discriminación, la comercialización de los sentimientos y la intimidad; lo alternativo busca difundir valores mediante sus productos, como la igualdad, la amistad, el amor, el respeto a la propia persona, a la diversidad y todo aquello que haga un mundo mejor.

1.4.2 Lo independiente

En el 2010 se puede enunciar que la industria cultural es propiedad de corporativos industriales y del Estado, quienes, en la mayoría de los casos, suelen usar esta industria como herramienta de contenidos para imponer ideologías, parámetros de conductas y prácticas culturales en de la sociedad; discursos que permean la identidad y pensamiento de los sujetos.

La industria cultural es amplia en su rango de producción, desarrolla medios de comunicación y entretenimiento: la televisión, la radio, el cine, medios escritos, y electrónicos, como Internet; además de formas de expresión artística: el cine, el teatro, la música, la literatura, la danza y la pintura, que producen y difunden mensajes que obedecen a intereses de sus dueños.

Las prácticas de manipulación de contenidos, por parte de la industria cultural, se han dado desde su nacimiento; han obedecido a intereses de particulares, ya sea para sus dueños (corporativos industriales) o para el Estado, es por eso que su contenido es seleccionado cuidadosamente para continuar con la hegemonía cultural, manipuladora de sociedades.

A partir de tener el control de la industria cultural se crean ideologías, usos y costumbres, y como consecuencia se forma la cultura de toda una sociedad, que con el tiempo se vuelve común y pasa desapercibida la imposición de las prácticas culturales creadas por los dueños del monopolio cultural, que obedecen a intereses de poder económico, político y social.

Así, la industria cultural ha sido creada con base en el dictamen de una hegemonía cultural, donde para la realización de ésta, se debe seguir un lineamiento o normatividad dentro de los estándares impuestos por los dueños del monopolio de las industrias culturales, que obedecen a los objetivos de mercado (oferta y demanda de consumidores ya asegurados) y al apoyo incondicional e incuestionable a las formas de gobierno, que facilitan la realización de éstas.

De tal manera, debido a que la industria cultural es un sistema de producción alineado al sistema-mundo y a los intereses que le rodean, en donde existen muy pocas oportunidades para las producciones alternativas o a las diferentes formas de arte, las cuales no se ajustan a los parámetros establecidos, es como surge la industria cultural independiente, como una forma de gestión ajena a toda institución e industria corporativa.

Las industrias culturales independientes funcionan a contracorriente de las grandes industrias, ya que sus prácticas de producción, circulación y consumo, son diferentes a las establecidas por los modelos corporativistas e institucionales. Se reinventan constantemente según las características de mercado, para continuar vigentes y en pie de lucha, dentro de la industria.

Sin embargo, es necesario mencionar que las prácticas de independencia van más allá de la industria cultural, ya que ésta se desarrolla y aplica en diferentes sectores de producción, como ejemplos tenemos desde la producción textil independiente (la cual se realiza en pequeños talleres o casas y se ofertan en mercados y tianguis, y se ubican fuera de todo corporativismo de los centros comerciales) hasta la producción gastronómica independiente, que consta de pocos trabajadores, escasos utensilios de trabajo y se inserta en los espacios públicos de la calle, alejados de las cadenas restauranteras, y también, por qué no, mencionar a los artesanos, quienes en cada pieza (ya sea alfarería, tejido, orfebrería, talabartería, etc.) crean obras únicas y se olvidan de la producción en serie, descartando la ayuda o intervención de maquinaria.

Las formas de producción independiente antes mencionadas y las que faltan (basta con detenerse un momento en la calle, para ver que la independencia se ejerce, práctica y vive día a día) tienen como común denominador no estar sujetos a corporativismos e instituciones, no dependen de un gerente o jefe inmediato que los someta a cierto ritmo o forma de producción.

Ser independiente es la forma de ser libre y no estar encadenado a parámetros establecidos; y se es independiente para no estar sujeto al sistema-mundo, junto con su modo de producción y su hegemonía cultural, que somete y esclaviza a la humanidad. La industria independiente es una forma de subsistir ante las vicisitudes del complejo entramado económico-social, que atraviesa el planeta, y hoy en día “ es cosa de muy pocos ser independiente: - es un privilegio de los fuertes. Y quien intenta serlo sin tener necesidad, aunque tenga todo el derecho a ello, demuestra que, probablemente, es no sólo fuerte, sino temerario hasta el exceso”. (Nietzsche, 1886:14).

En cuanto a la industria cultural independiente, una vez que surgió, se crearon más alternativas para la realización de medios de comunicación y de expresión artística, en donde su contenido no esté regido por convencionalismos, y la manera de producir es libre, e intenta satisfacer las necesidades de ciertos grupos y sectores de la sociedad que buscan algo diferente. Con estas prácticas de independencia, el consumidor es el beneficiado, gracias a la variedad de contenidos que se le ofrece, mismos que jamás se hubiera imaginado, además de los bajos costos del producto, lo que hace que el consumo se vuelva accesible y deje de ser para una elite de la sociedad.

Con la existencia de la industria cultural independiente se benefician los productores de medios de comunicación y creadores de arte, ya que pueden realizar sus proyectos y darlos a conocer a un gran número de personas, lo cual puede motivar a otros artistas por el apoyo que brinda la industria independiente, donde todo tipo de manifestación, por más diferente, rara o contestataria que sea, tiene cabida en esta industria. La independencia, integra como principio básico de su existencia el cambio de mentalidad, se es consciente de lo autosuficiente que se

puede llegar a ser, y de la libertad con la que se ejerce la forma de producir. Deja en el pasado las formas de producción de las corporaciones, donde un organigrama dirige la funcionalidad de la empresa, y el sujeto se convierte en objeto “eslabón” del mecanismo de producción.

Además, se reinventa constantemente en la forma de funcionamiento, como en el modo de producción y distribución, para ser cada vez más competente en el mercado comercial y llegar al mayor número posible de consumidores, sin dejar de ser independiente y autónomo ante las formas de producción convencionales.

En el caso de la música, el concepto de independiente ha sido retomado en las últimas décadas bajo el término de *indie*, lo cual es una abreviatura de *independent* (independiente), a partir de la década de los 80s, en el Reino Unido y Estados Unidos, inspirados por el espíritu punk del *DIY* (*Do it your self, hazlo tú mismo*), por lo que muchas disqueras independientes surgieron, encargándose de la producción, maquila y distribución del material discográfico. De tal manera, la fórmula se propagó a través del mundo, siendo así una alternativa de producción discográfica ante las disqueras corporativas volviéndose una práctica usual, hoy en día de moda en algunos sectores sociales.

Sin embargo, las disqueras independientes no surgen en las últimas décadas, inician a partir de los años 20, en Norteamérica, debido a la necesidad de dar a conocer las formas de expresión musical que estaba realizando la gente de raza negra, especializándose en el género del blues y el jazz, ritmos o formas musicales que los negros habían desarrollado. La mayoría de las disqueras independientes que se encargaron de grabar esos nuevos sonidos para la humanidad, desaparecieron por quedar en bancarrota o ser absorbidas por las grandes disqueras corporativas, como Columbia Records. Aunado a la censura que puso la radio a la música producida por las independientes, ya que su catálogo musical, en su mayoría contaba con personas de raza negra, y para esos años no se consideraba de “buen gusto” la música negra, y toda canción de blues o jazz era censurada sistemáticamente. Por lo que, era muy difícil escuchar material discográfico independiente, ya que no se le encontraba fácilmente en las tiendas de discos y mucho menos en la radio.

Es así, que las disqueras independientes desde su inicio hasta el día de hoy, han estado en una constante batalla por su subsistencia, ante los diferentes factores que han provocado que algunas dejen de operar, entre los que podemos mencionar la competencia con las disqueras corporativas, el comercio injusto con los medios de distribución (los intermediarios) y el poco o nulo apoyo por parte de los medios de difusión (como radio, televisión, prensa, etc.).

A la industria de música independiente no se le ha dado la seriedad necesaria y el trato justo por parte de los empresarios, los medios de comunicación y las autoridades gubernamentales para la solidificación de la industria de música independiente, se le ha restado importancia y etiquetado como no relevante para el desarrollo cultural de la sociedad.

Sin embargo, a través de sus prácticas de producción y distribución señalaremos la incidencia que tienen las disqueras independientes dentro del desarrollo de la cultura urbana, principalmente, de la sociedad mexicana.

Capítulo 2. Las compañías discográficas



Capítulo 2. Las compañías discográficas

2.1 Construcción del objeto sonoro

En la historia de la humanidad ha habido un sinnúmero de inventos que han venido a facilitar la vida del hombre, así como la preservación de la cultura del mismo.

Desde el invento de la rueda y el fuego como herramientas de caza, pasando por la fuerza mecánica, el vapor, la electricidad, el combustible y otros, hasta llegar a la imprenta, el cine, la radio, la televisión y las nuevas tecnologías como la Internet; el humano ha creado nuevas formas de facilitarse la vida y vincularse con la sociedad

Es así, que llegamos a uno de los inventos que revolucionó la forma de comunicar del hombre, el disco, invento por el cual se transmite un mensaje codificado y el escucha o receptor se encarga de decodificarlo, para asimilarlo y de esa forma hacer suyo el mensaje. De esta manera, no sólo un mensaje se ha enviado, sino toda una carga cultural se ha inyectado en el escucha, a partir del lenguaje y la melodía instrumental que acompañan a una temática pensada desde la perspectiva del autor, con lo que se crea y moldea parte de la identidad del escucha.

Es entonces que nos podemos remitir a los orígenes del ser humano y la necesidad de satisfacer sus capacidades sensoriales por medio de los sonidos y más tarde de la música. Los sonidos emitidos por las voces e instrumentos pueden provocar una serie de sentimientos, así como producir cambios anímicos, mentales y físicos. Por lo que las necesidades de conservar las creaciones sonoras han llevado al hombre a una evolución tecnológica, en donde se puedan reproducir o repetir una y otra vez los sonidos, así como la ejecución de los músicos, mediante un soporte material.

Y es así, Dios creó todo, a partir del sonido, “La creación es sonora. En el comienzo, Dios creó el cielo y la tierra – con su boca. Dios nombró el universo,

pensando en voz alta” (Murray, 1993:161), el hombre se ha esforzado por resguardar y reproducir, lo que le fue otorgado divinamente a través de su historia, cultura y tecnología, dándole soporte material a los sonidos que crea y produce, desde los sonidos del lenguaje hasta las mas bellas melodías y las sustancias auditivas que le rodean día a día, es como surge la inspiración para la creación de los primeros inventos que dan el soporte a lo sonoro.

Nos podemos remitir a la historia del disco, iniciando por los inventos que buscaban la grabación del sonido, y entre los que podemos mencionar al “fonoautógrafo” inventado por el francés Édouard Léon Scott de Martinville en 1857, el cual consistía en transcribir una vibración sonora a un medio visible, pero no contaba con un medio para ser reproducido después. Este invento consistía en un cuerno o barril que recogía las ondas hacia una membrana que estaba atado una cerda. Una vez que llegaba la onda, ésta vibraba y se movía, por lo que la vibración sonora podía grabarse en un medio visible, primero en un cristal ahumado y posteriormente en un papel ahumado enrollado en un tambor o cilindro. En el 2008 estudiosos del sonido pudieron reproducir por primera vez el sonido grabado por el fonoautógrafo.

Thomas Alva Edison en 1877 presentó el primer aparato capaz de grabar y reproducir sonido, de nombre “fonógrafo”, con su sistema de grabación mecánica analógica, en el cual las ondas sonoras son transformadas en ondas, en vibraciones mecánicas mediante un transductor acústico-mecánico. Las vibraciones mueven un estilete que labra un surco helicoidal sobre un cilindro de fonógrafo, y para reproducir el sonido se invierte el proceso. El cilindro de fonógrafo en un principio era de cartón recubierto de estaño, después de cartón parafinado y finalmente de cera sólida.

También se tiene conocimiento de la existencia de inventos similares al fonógrafo, como las llamadas *talking machines*, creadas en 1877 con el fin de colaborar en la reproducción del sonido.

Pero fue hasta 1887, cuando Emile Berlier, un alemán inmigrado en Washington Estados Unidos, presentó y patentó lo que sería el primer disco. Este era plano, con la impresión en la amplitud lateral, recubierto de zinc con surcos y el

mecanismo manual reproductor. Este disco se reproducía con mayor facilidad y mejor fidelidad que el cilindro.

Un año más tarde, en 1888 Berliner con ayuda de Elridge Johnson crea el “gramófono”, soporte para escuchar el formato de disco que había inventado, el cual constaba de un plato giratorio, un brazo, una aguja o púa y un amplificador, después se le incorporaría un motor eléctrico que hacía girar el plato a una velocidad constante de 33, 45 o 78 RPM (revoluciones por minuto). De tal manera que el gramófono superó al fonógrafo, debido a sus menores costos de producción y mayor fidelidad. Por lo que fue el soporte físico para reproducir sonido grabado desde la década de 1890, hasta 1980.

Conforme la industria musical crecía los aparatos reproductores también evolucionaban, entre ellos encontramos el “nickelodeon” en 1889; la “vitrola” en 1906 y la “granafola columbia” 1916. En 1929 surge la primera tornamesa eléctrica, y tras la segunda guerra mundial llegó la revolución de las velocidades, por lo que la mejora de materiales del disco daban una mejor calidad a la grabación. Es así que en 1948 nace el *L.P* “Long Play” formato de disco de larga duración de 33 1/3 RPM (de 25 a 30 minutos por cada lado y medida de 12 pulgadas) y con ello la alta fidelidad en sonido “Hi-Fi” y su desarrollo tecnológico con respecto a mejoras de grabación, calidad y velocidad (RPM), como el disco de 45 RPM llamado *Single* y el popular *Extended Play* (E.P), de siete pulgadas. Además de su comercialización, ya que este formato también era el favorito de las máquinas tragamonedas como el *wurlitzer* o *jukebox*. Por lo que el vinil ha sido pieza clave en la historia de la música, siendo uno de los soportes físicos más usado para el almacenamiento musical; ha dado soporte a las grabaciones musicales por años, y aunque en la actualidad para muchas personas sea un artículo obsoleto debido a las nuevas tecnologías y formas de archivo sonoro, el disco de vinil aún sigue mostrando señales de supervivencia, ya que es usado por DJs (disc jockeys ó pincha discos), además de coleccionistas de discos. “Desde el 2005 la venta de los discos de vinil se ha incrementado ininterrumpidamente, llegando a crecer un 200% respecto del año anterior” (Diario los andes, 2009).

El desarrollo de nuevas tecnologías ha ido de la mano con la evolución del disco, es así que durante los siguientes siglos XIX, XX y XXI, la industria

musical ha invertido todo tipo de recursos en encontrar nuevos medios de grabación y reproducción musical.

Durante la segunda guerra mundial se descubre que los alemanes comenzaban a grabar en cinta magnética, la cual se comienza a manufacturar en 1947 en Estados Unidos. Más tarde, en 1963 el holandés Phillips desarrolla un nuevo formato de cinta, la cual era el “compact cassette”; ya para 1966 y 1967 sería popular en todo el mundo, lo mismo que los reproductores. En la décadas de los ochenta se vendieron 900 millones de unidades por año, esto significa el 54% del total de las ventas en el rubro musical, hasta llegar al novedoso invento de Sony de Japón, el Walkman (hombre caminante), éste era el formato mas pequeño que había de los reproductores de cassette.

La introducción del cassette y sus respectivos reproductores (las grabadoras) implicó las posibilidades de uso por la gente común, ya que la cinta podía ser grabada, borrada y grabada nuevamente, brindando la posibilidad de hacer producciones en casa, con el único ajuste de acoplar un micrófono al aparato.

En 1965 a la par del cassette existió otro formato llamado 8-Track, diferenciado porque su caja era más grande y la cinta estaba pegada y era continua, fue creado por la RCA, pero solo sobrevivió 18 años en el mercado.

En esta época la competencia comercial de los formatos musicales se componía de dos competidores, el cassette y el disco L.P. Y aunque el cassette era más popular por su avance tecnológico, compacto y portátil para su uso personal, además del fácil acceso para grabar, el vinil se defendió durante muchos años, teniendo a favor mayores índices de calidad sobre el cassette, ya que este último tenía como desventaja la baja frecuencia, lo que se traducía en hiss, el cual era un sonido que se asemejaba a un “sssss...”, además de que su material era más perecedero que el de los discos.

Sin embargo el cassette dio pie a una de las invenciones más importantes de los ochenta: el videocassette. Éste era la unión entre la música y video. Por lo que no podemos de dejar de mencionar el inicio del videoclip, donde los artistas comenzaron a promocionar su música en mediante videos.

La década de los 80's inaugura la era digital y con ello el formato de CD, Disco Compacto, en sus formatos CD-Rom (de sólo lectura), CD-R (grabable), CD-RW (reescribible) , introducidos al mercado por Sony *corporation*, seguida por Phillips Electronics.

Este formato que hasta el día de hoy, sigue siendo de los soportes físicos más comerciales, tiene ventajas sobre el L.P y el cassette: fidelidad acústica, pureza en la reproducción musical, efecto estereofónico, desaparición del llamado “hisss” y mejor manejo en la mezcla y edición.

Todo esta calidad se debe a que su reproducción es mediante un rayo láser (Light Amplification by Stimulated Emission of Radiation, lo que se traduce en Amplificación de Luz por medio de Emisión Estimulada de Radiación), y no por una aguja. El disco se graba en una señal binaria (en ceros y unos), los cuales se reflejan en el rayo láser que registra la lectura y la convierte en música.

El formato físico del CD tiene como estándar un diámetro de 12 cm y puede almacenar hasta 80 minutos de audio equivalente a 700 MB de datos, también existen los minicd, los cuales tienen 8 cm guardando hasta 24 minutos de audio o 214 MB de datos. Esta tecnología también ha pasado a ser de uso común, ya que la grabación puede ser doméstica mediante una computadora que tenga grabador de CD, y almacena datos mixtos, como fotografías, archivos de escritura y lectura, y por supuesto música.

La era virtual comienza en 1986 con el DAT (Digital Audio Tape), desarrollado por Sony en 1986, este era un cassette más pequeño de lo convencional, compuesto por una cinta metálica leída digitalmente, nunca se comercializó y fue de uso exclusivo para las disqueras.

En 1987 Sony crea el Mini-Disk o M.D., una especie de diskette de 3 ½ de computadora, que se lee a través de un código magnético-óptico y por supuesto es acompañado por la creación de “minidiscman”, el cual reproducía M.D. Más adelante surge el formato de CD-ROM, un CD interactivo que combina la música y el video en CD y finalmente el D.V.D. (Digital Versatile Disc), este es la

perfección musical del disco compacto en cuanto cuantificaciones y frecuencias, en canales de grabación, se paso de dos a cuatro, y el tamaño de capacidad (siete veces más). Con sus modalidades de D.V.D, para video, D.V.D.-ROM, para PC y solo de lectura y D.V.D.-RAM ó D.V.D.- RW, los cuales son regrabables.

Es así que llegamos a una de las tecnologías parte de la historia del formato musical: el *MP3*, caracterizada por ser virtual y no tangible como un disco, cassette o CD. Es en el año de 1995 cuando Karlheinz Brandenburg director de tecnologías de medios electrónicos del Instituto Fraunhofer IIS, perteneciente al Fraunhofer-Gesellschaft - red de centros de investigación alemanes, usó por primera vez la extensión .mp3, para los archivos relacionados con el MP3. Un año después, el MP3 se convirtió en el formato estándar para la compresión de audio y el *streaming* (ver o escuchar un archivo directamente en una pagina web, sin necesidad de descargarlo en el ordenador).

El MPEG-1 Audio Layer 3 ó MP3 es un formato de audio digital comprimido con pérdida, desarrollado por el Moving Picture Experts Group (MPEG), teniendo como estándar 44 kHz y un bitrate (número de bits que se transmiten por unidad de tiempo a través de un sistema de transmisión digital) de 128 kbps.

Este formato es parte de las nuevas tecnologías de la computación y con ello se une a la Internet para figurar como uno de los inventos mas populares de estas dos últimas décadas. En razón de que se graba y reproduce en bytes, a partir de una computadora sin necesidad de ser impreso sobre algún objeto material, ha sido que los reproductores de MP3 se han glorificado con el inicio de esta era virtual, debido a su calidad perfecta donde se puede guardar hasta 1000 canciones, dependiendo de la capacidad de la memoria de almacenaje del reproductor, uno de los más populares es el *Ipod*.

El MP3 da entrada a los formatos virtuales digitales de grabación y reproducción. A partir del 2002 otros desarrolladores de estas nuevas tecnologías se han dado a la tarea de crear otros que superen al MP3, como son el formato WAV, *OGG*, *WMA*, *APE*, *ACC*, *MP4*, y por supuesto el AAC creado por Apple Company, para la línea de sus productos *iPod* y su soporte *iTunes*. Sin embargo, el

MP3 hasta el 2009 se ha consolidado como el formato de audio más usado para darle soporte a los sonidos y música que se produce en esta época. Y en el 2010 se crea el *Music DNA*, formato que promete ser el sucesor del MP3, ya que éste, además de ser un archivo musical, está acompañado con imágenes relacionadas a la melodía y a la letra, siempre y cuando la canción sea original, por lo que es innovador. Y con esto, los nuevos formatos digitales también dan entrada a las tiendas digitales, por medio de internet y las redes P2P, vía descarga de archivos, como Napster, Amazon, iTunes, MixupDigital, etc.

2.2 Antecedentes de las discográficas

El soporte físico o digital sonoro mejor conocido como fonograma, por si solo carece de vida, por lo que necesita de alguien que se la dé, ya que hasta el momento en que alguien decide plasmar el sonido para después ser reproducido, es cuando nace el fonograma.

Del tal manera, llamaremos fonograma a la música grabada (producto-música), ya que “el fonograma es uno de los medios que la ley reconoce como soporte material de una creación, en este caso musical, en el que se que plasma una serie de ideas, originales o derivadas” (León, 2009:8) sin importar el formato en el que esté grabado.

El fonograma es la razón de existencia de las compañías discográficas, ya que ellas son quienes se encargan del surgimiento de cada pieza fonográfica que llega a los oídos de las personas. Las compañías discográficas son también conocidas como sello discográfico, discográfica o disquera, y su profesionalización las hacen funcionar como empresas que producen, distribuyen y comercializan música.

Las compañías discográficas se encuentran dentro del aparato de la industria cultural, ya que su función económica es la de producir objetos culturales, tomando en cuenta al fonograma como disipador de cultura, ya que a partir de la música (mensaje que difunde) se crea parte de la identidad que define a los sujetos que integran la sociedad.

Entonces, es necesario recordar que la música es un medio por el cual se transforma o modifica la sociedad a través de los mensajes que transmite, introduciendo formas de comportamiento, conocimiento, e ideologías (en algunas ocasiones es demasiado la repercusión del mensaje en la sociedad, que se convierte en moda), las cuales son parte de la construcción cultural de la identidad del individuo.

Debido a la relevancia que tienen las disqueras en el desarrollo cultural, es que se han recopilado diferentes momentos de la historia de las compañías discográficas, los cuales son extensos dependiendo del narrador, por lo que a manera de esbozo se mencionarán algunos.

2.2.1 El nacimiento de las disqueras

En un principio la industria musical estaba ligada a una sola persona o empresa, y al parecer la palabra música era un monopolio, porque quien hacía discos (físicamente) los grababa y él mismo vendía el reproductor.

A partir de 1879 surge la primera compañía disquera de nombre Edison Speaking Phonograph Company y años más tarde aparece su competencia directa: la American Graphophone Corporation, comandada por Alexander Graham Bell; en 1887 se fusionaría con una nueva compañía, juntas adquirieron el nombre de Columbia Graphophone, conocida años después como Columbia Phonograph Company.

Para 1901 Berliner y Eldridge Johnson formaron la Victor Talking Machine Company. Hasta este momento de la historia, las discográficas tenían como característica fundamental la invención y perfeccionamiento de reproductores y formatos, por lo que aún las pioneras discográficas no se dedicaban a la producción de música. De tal manera, la competencia entre discográficas era a partir del diseño de avances tecnológicos.

Los primeros ensayos de producción musical no se dieron precisamente con música, sino con discursos, cantos de pájaro y otros sonidos. Fue en 1902 cuando

aparecieron en el mercado europeo las copias de lo que sería el primer gran disco vendido, a cargo de la Gramophone Company y del popularísimo cantante de ópera Enrico Caruso, y su pieza clásica “Pagliacci”, vendiendo más de un millón de copias en total. Los dueños de las disqueras se dieron cuenta del potencial económico que podía tener la grabación de músicos. Y con ello se rompió el estigma que en un principio tenían los músicos respecto al valor del sonido grabado, con el cual no estaban de acuerdo. Se puede decir que este es el momento en que nace la industria discográfica, tal como la conocemos hoy en día.

Aunque para esta época ya se habían fundado sellos discográficos como Phaté y Emerson, a partir de 1930 se comienzan a dar cambios trascendentes en la industria discográfica, como cuando RCA compra parte de la discográfica de Victor Talking Machine Company, y se convierte en la RCA Víctor y liderea el sector fonográfico en Estados Unidos en las décadas de los treinta y cuarentas.

Más tarde las fusiones se comienzan a dar: La mezcla de Columbia Phonograph con la división inglesa de Gramophone, da pie al nacimiento de EMI (Electrical and Musical Industries, Ltd.) empresa de gran importancia en la historia de la industria discográfica.

Algunas sellos discográficos comienzan a relacionarse con medios de comunicación, en 1938 la cadena televisiva CBS compra la división americana de la Columbia Phonograph Company. También la Warner Bros dedicada al cine, en 1958 decide incorporarse a la música bajo el nombre de Warner Records, con una división llamada Warner-Seven Arts, la cual lanzaría una novedad llamada soundtracks (música de películas, la unión del disco con el cine).

En 1940 surgen muchas disqueras independientes, debido a la aparición del cassette, ya que para hacer grabaciones en este formato no se requería de grandes estudios de grabación ni mucho menos de ostentosos presupuestos como en caso de los discos. Con la llegada del rock and roll las disqueras independientes se multiplicaron, algunas de ellas son: Sun Records creada en 1952, famosa por ser la disquera donde graba por primer vez Elvis Presley; en 1968 surge la

disquera independiente más popular, Apple Records, disquera, fundada por The Beatles.

En 1962 el consorcio Polydor y Phillips, con su marca disquera Phonogram se unen para crear Polygram. Ese mismo año nace MCA (Music Corporation of America) y Warner absorbe otras disqueras como Atlantic Records, Electra y Asylum, para formar WEA.

Para 1977, las disqueras más importantes del mundo que se repartían el mercado eran: CBS, EMI, Polygram, Warner, RCA, MCA.

Las siguientes décadas se caracterizarían por las compras entre disqueras y sus fusiones, ejemplo de ello se da a principios de los 80's cuando BMG adquiere Arista Records y RCA, y EMI es adquirida por Thom Electrical Industries, para ser Thom-EMI. En 2003 se da una de las fusiones más importantes a nivel mundial, entre BMG y Sony Music, para ser Sony BMG Music y competir por el dominio del mercado mundial.

Hay que agregar que algunas de estas empresas discográficas están vinculadas a otro tipo de actividades comerciales y culturales, como es el caso de Universal y Warner quienes se dedican a la producción cinematográfica, video home y series televisivas; en el caso de Warner, también se dedican a la creación de cartoons (caricaturas) para la televisión, ya sea por el sistema de televisión abierta o de paga.

El caso Sony es más complejo, esta empresa se dedica a la fabricación y desarrollo de aparatos tecnológicos vanguardistas, como es el caso de televisores, reproductores de audio y video, teléfonos celulares y computadoras.

Es así que las uniones y compras se continuarán dando conforme cambia la industria musical, y el sistema económico mundial (las crisis financieras), por lo que se buscan formas viables de comerciar, ya que algunas solo se dedican a la maquila y distribución de materiales fonográficos, y otras aún a la producción completa fonográfica.

Sin embargo, es necesario mencionar que la industria discográfica ha acortado sus filas, por lo que solo unas cuantas disqueras son líderes en el mercado musical, a las cuales se les conoce como *majors*, término que se aplica a las disqueras más importantes o que tienen el control de la industria fonográfica y son grandes corporativos.

El número de *majors* es cada vez menor, ya que los conflictos financieros que sufren, debido a la piratería de material fonográfico, la falta de figuras artísticas musicales y en general la crisis económica global, los obliga a fusionarse o venderse ante las *majors* más sólidas.

Como ejemplo tenemos que del año de 1998 al 2004 el circuito de las *majors* era conocido como el “Big Five” ya que se componía de cinco compañías discográficas, las cuales dominaban la mayor parte de la industria musical, y ésta estaba compuesta por: Sony Music, Warner Music Group, Universal Music Group, EMI y BMG Music. Más tarde Sony Music se fusiona con BMG, para ser Sony BMG.

Desde el 2008, el circuito de las *majors*, que dominan el mercado mundial musical se compone de las “Big Four”, liderado por Universal Music Group, seguido de Sony Music Entertainmet (comprando en su totalidad a BMG), en tercer sitio está Warner Music Group y al final se encuentra EMI. Desde el 2005 se tiene como estadística que estos grandes corporativos controlan el 70% del mercado discográfico mundial y el 80% del de estados Unidos.

Los sellos discográficos antes mencionados, están integrados por pequeñas discográficas y por subsellos que ellos mismos fundan, con el objetivo de contar con catálogos de diferentes perfiles musicales. Así, como el subsidio de otras compañías o corporativos los cuales suelen tener acciones invertidas en las discográficas.

En el caso de México, las cuatro compañías transnacionales tienen sucursales en el país, sin embargo las principales decisiones se toman en las casas matrices, las cuales se encuentran en Estados Unidos y Europa.

Aunque también, han existido grandes convenios entre las *majors* y algunas empresas mexicanas, como es el caso de EMI, que en el 2005 se une con Televisa (el mayor grupo mediático iberoamericano), para crear EMI Televisa Music. Aquí EMI se encarga de la estructura (capital humano, licencias y recursos artísticos), mientras que Televisa es responsable del apoyo mediático. Teniendo como objetivo la producción y distribución de música en español en cuatro géneros principales: pop, rock, reggaetón y regional mexicano, llevándolos a todo México y el resto de Iberoamérica.

De tal manera, cada sello discográfico cambia o muta según sus necesidades y objetivos comerciales, haciendo alianzas, fusionándose, comprando pequeños sellos discográficos, vendiendo acciones, etc., y por lo tanto también su organización y funcionamiento es diferente. Sin embargo, a continuación describiremos en modo general como funciona y opera un sello discográfico de corporación, o como es mejor conocida, una *major*.

2.3 Funcionamiento de las discográficas

Como se ha mencionado anteriormente las compañías discográficas son parte de la industria cultural, al igual que la industria cinematográfica, la industria editorial, la industria de los videojuegos, la industria escénica, etc., son pieza elemental de la cultura y la historia donde se desarrollan. Éstas “representan sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor” (Hernández, 2009).

También, la industria cultural es parte fundamental de la economía mundial, y dependiendo del país y del apoyo e inversión que se otorga son las ganancias obtenidas, en general se puede decir que la industria cultural aporta entre un 7% a 8% del Producto Interno Bruto mundial. Para algunos países la industria cultural ha sido redituable, como es el caso de España, “la industria cultural representa 5% del Producto Interno Bruto (PIB) y emplea a más de 800 mil personas” (Licona, 2008). En Argentina, también la industria cultural ha sido un sector económico redituable, ya que ha tenido un crecimiento benéfico, en donde en el 2007 se registró que la industria

cultural aportaba un 2.98% (10.693 millones de pesos) de todo lo producido en el país, por lo que esta actividad pertenece fundamentalmente al sector editorial, fonográfico y audiovisual. Y en su composición la industria fonográfica exporta el 21% e importa el 1% del comercio, siendo la producción fonográfica el segundo sector (por debajo de la industria editorial) que más genera ganancias dentro de la industria cultural. En el caso de México, no se tienen cifras oficiales de cuánto genera la industria cultural en el Producto Interno Bruto del país, sin embargo se tiene el dato que en 1998 generaba el 6.7% del PIB, situándose en la cuarta posición de los sectores de actividad económica. (Piedras, 2004). Sin embargo, es necesario enfatizar que en 1998 el contexto histórico señala una economía más fuerte y estable en el país, que en el 2010.

Por la importancia económica y sociocultural que tiene la industria fonográfica, como parte de la industria cultural, es que se debe describir su funcionamiento y organización, para un mejor entendimiento de la industria discográfica.

Las compañías discográficas, en especial las *majors*, funcionan como empresa, que en general busca la maximización de sus ganancias, por lo que el producto-disco es creado y elaborado para un gran número de personas (el mayor público posible); sus estrategias de mercado y estructura empresarial son diferentes a cualquier tipo de empresa y con el tiempo ha tenido que ser modificada acorde a los requerimientos de la industria musical.

También, es importante recordar que la función de las compañías discográficas es crear y difundir mensajes que impacten o satisfagan a la sociedad, sin embargo no siempre son suficientes, ya que el contenido en ocasiones no importa mucho, sino las ventas del producto, especialmente para las *majors*.

En general el funcionamiento básico de una compañía discográfica es encontrar talento musical, grabarlo y producirlo, maquilar la grabación para darle distribución y comercialización, apoyados por áreas de promoción (a través de planes de marketing) los cuales difunden el producto-música-disco, por diferentes medios de comunicación, como radio, televisión, prensa, internet, etc., para lograr el mayor éxito posible (ganancias económicas) del producto.

Por las necesidades de funcionamientos que tienen las discográficas, es que se necesita una serie de mecanismos, criterios y operaciones organizacionales que requiere una compañía discográfica. Al interior de cada compañía discográfica se albergan departamentos que cumplen con diferentes funciones y un mismo objetivo: el éxito del producto.

A continuación se describe la estructura y funcionamiento de lo que se compone un sello discográfico, *major*, aunque en algunas ocasiones varía la composición dependiendo de cada una de las compañías.

2.3.1 Estructura de Compañía Discográfica

1) Presidente o Director General

Esta es el área o persona que controla y dirige todos los departamentos del sello discográfico. Las decisiones importantes o finales se toman desde este puesto, por lo que es la cabeza de la compañía; a pesar de que reúne las opiniones de la gente a su cargo, es quien toma la decisión final. En el caso de que sea una compañía discográfica subsidiada o perteneciente a un sello mayor, como en el caso de EMI Music México, el Director General es quien tiene el contacto directo con la casa matriz o compañía *master*, en este caso sería EMI Music, con sede en Londres Inglaterra.

2) Vicepresidencia

Esta es la segunda persona o área a cargo de la empresa, por lo que auxilia y apoya las decisiones de la presidencia o casa matriz. Y dependiendo del sello discográfico y su estructura está se puede dividir en dos áreas.

- Vicepresidencia Comercial, encargada de las áreas de producción, marketing, promoción y sus derivados.
- Vicepresidencia Financiera, facultada para estar a cargo del sector económico de la empresa, como la administración, compras, ventas, importaciones, etc., hasta

prevención de las consecuencias de actos políticos, sociales, económicos, que puedan afectar el sector financiero de la empresa.

3) *Gerencia o Dirección de Marketing*

Es el área encargada de comercializar los productos sobre los que ya se ha realizado una inversión. Son los encargados de desarrollar estrategias de promoción del producto. Es una de las áreas con mayor responsabilidad, ya que de ahí nace la idea de cómo promocionar el producto, y que tipo de campaña publicitaria necesita. Además, esta es una de las áreas donde se hace uso de la mayoría de los recursos económicos de la empresa, aquí se concentran los triunfos y fracasos de la discográfica.

También, en esta área se realizan investigaciones para conocer los intereses del gusto musical de los consumidores, además de estudios de mercado para tener una base teórica y empírica para la realización de nuevos proyectos.

4) *Dirección Artística y Repertorio (A&R)*

Fundamentalmente el A&R es un ejecutivo que se encarga de buscar y contratar nuevos talentos musicales, que le convengan (que vendan) al sello discográfico. Es la guía del producto, se encarga de la producción del material “en general”, inicia y supervisa sesiones de grabación, así como los detalles de ésta antes de que quede plasmada definitivamente; busca y selecciona temas para sus artistas, además de supervisar la imagen y el arte del disco.

El A&R está en relación con el artista, ya que recomienda productores, estudios de grabación, músicos de sesión, etc., Además determina la “imagen” que tendrá el producto ante el mercado, como sesiones fotográficas, peinados, maquillaje, vestuario, etc., así como la calendarización de los lanzamientos artísticos.

De tal manera, que la posición del A&R es parte de medular de la discográfica, ya que de su trabajo depende en gran medida el éxito que pueda tener el sello discográfico. Por lo que el A&R debe contar con diferentes habilidades, desde musicales, creativas y de mercadotecnia, siendo un experto para mezclar arte y

comercio. En general el A&R “debe haber sido músico o tener conocimientos de algún instrumento musical, eso le permitirá conocer las necesidades del artista, estar más comprometido con él y su proyecto, y ser sensible ante el trabajo que se realiza, además de disponer de recursos musicales que le permitan opinar correctamente en beneficio del producto final” (León, 2009:13).

5) *Label Manager o Gerente del Producto*

Es la persona que desarrolla y coordina junto con el manager los detalles de los planes de trabajo y las estrategias de promoción, como puede ser las fechas de presentaciones del artista en un programa de radio, televisión o una gira de conciertos. Por lo que el Label Manager está en contacto directo con el representante o manager del artista, así como con los departamentos de promoción y marketing.

6) *Área Financiera Administrativa*

Esta es el área encargada de manejar la contabilidad, aspectos legales, control de presupuesto, archivo, atención a clientes y todo lo relacionado con la administración. Es donde se autorizan las entradas y salidas de dinero, pagos para diversos asuntos de materiales, salarios, promociones etc. Además, es auxiliada por el área de regalías, la cual se encarga de la repartición de regalías o ganancias entre los intérpretes, autores, managers, etc. Se une a esta área el Departamento Legal, encargado de negociar los contratos con los artistas en relación con su permanencia, y establecen criterios, como las producciones a realizar, duración del contrato, etc.

7) *Área de Ventas*

Esta área es la encargada de establecer los puntos de venta, así como de contabilizar la mercancía vendida, créditos, descuentos, ofertas, cobros, regresos de mercancía, además de coordinar las campañas y a los vendedores que ofrecen el producto a las cadenas o tiendas de música. En ella se determina el precio de los productos y se desarrollan las estrategias para una exitosa venta. A esta área se le une el departamento o gerencia de Trade Marker, encargado de colocar en las tiendas de discos los pósters, displays y

carteles de los artistas, como apoyo a las estrategias de lanzamiento y con la finalidad de atraer a un mayor número de consumidores.

8) *Área de Distribución*

El área de distribución se encarga precisamente de repartir correctamente el material a las tiendas de discos, como su llegada a tiempo y la exhibición adecuada y permanente; organiza la ruta de colocación del material, dependiendo de la prioridad en cada tienda. El departamento se encuentra en constante contacto y realiza acuerdos con las cadenas o tiendas de discos.

Debido a la complejidad que significa la distribución de un producto discográfico a nivel nacional, algunas compañías independientes realizan acuerdos con las *majors*, para que a través de ellos se pueda efectuar la mercantilización de sus materiales discográficos.

9) *Área de Promoción*

Este departamento se dedica a todo lo relacionado con dar a conocer el producto-disco y al artista, a través de los medios de comunicación masiva, como son radio, televisión y prensa. Por lo que se realizan planes de trabajo y rutas estratégicas que fortalezcan la obra en zonas geográficas y en medios de comunicación por separado.

Esta área está integrada por los departamentos de radio, televisión y prensa, para que cada uno brinde la promoción necesaria al producto, colocando en la radio el sencillo que previamente fue escogido para representar el material discográfico, paralelo a la inserción del videoclip y entrevistas en los canales de televisión, y reseñas del disco en medios impresos. De tal manera que se le dé una promoción personalizada y efectiva al producto, para su éxito comercial.

“Lo anterior, además de otorgarle al artista y al disco una buena difusión, genera una serie de derechos llamados ejecución pública, es decir, los temas o canciones que se tocan en la radio, bares, restaurantes, el video transmitido por televisión, las

presentaciones en vivo y en programas televisivos y radiales, pagan una cuota llamada ejecución pública, que va directamente al autor de las canciones de la producción, y a la sociedad de gestión colectiva que cobra dichos derechos. Esta promoción (cuyo trabajo es conseguir tiempo-aire) es la responsable de competir con la infinidad de discos que se encuentran en el mercado y las ventas del mismo, por eso es una sección decisiva para lograr un buen posicionamiento del disco en el presente y en el futuro” (León, 2009:13)

10) Área de Producto

Esta área trabaja directamente con el producto terminado, y se encarga de la catalogación del material discográfico, ordenamiento y numeración de los temas que incluye, los formatos en los que se va a imprimir, y demás detalles del producto final.

11) Área de Operaciones

Esta área principalmente auxilia al A&R. Una vez que el material discográfico ha sido producido, se encarga del *master* o *Label Copy* (grabación final), así como del diseño artístico que se le dará al fonograma. A manera de esquema éstas son algunas de las áreas fundamentales de un sello discográfico.

Es necesario mencionar que en la actualidad la mayoría de las discográficas han reducido su personal y áreas de trabajo debido al impacto de la crisis económica de principios de siglo XXI, generada por el libre mercado y la piratería, esta última ha golpeado fuertemente al sector fonográfico.

Es importante mencionar que dentro de la industria fonográfica existen otras áreas de trabajo o personal que colaboran en la producción de un disco, pero son ajenas a la empresa y a su nómina. Estas compañías independientes que ofrecen sus servicios a las discográficas y trabajan paralelamente con ellas, son:

1) Estudio de Grabación

Este es el lugar donde se crean los sonidos y la magia sonora hace su aparición, siendo un recinto fundamental para la pieza fonográfica, ya que se plasman los sonidos que quedarán inmortalizados a través del tiempo.

Los estudios de grabación pueden ser independientes a los sellos discográficos (aunque algunos sellos cuentan con sus propios estudios), y trabajan en conjunto con las *majors*, para lograr el sonido que se había planeado.

Una vez que se ha hecho el trabajo de preproducción, el cual consiste en la planeación de trabajo, definir cuáles y cuántas canciones se van a grabar (después de una selección de varios temas que debe de tener el músico), el número de días de grabación, tipo de sonido y calidad que se busca, elegir el estudio de grabación, así como el personal con el que se va a trabajar.

Los estudios de grabación están equipados con la tecnología más actual, cuentan con infinidad de componentes que permiten escuchar y engrandecer las virtudes de los músicos, entre los que podemos mencionar los procesadores de señal analógica y digital, equipo de cómputo con software integrado, como *Pro Tools*, *Adobe Audition*, *Ableton Live*, *Nuendo*, *Cubase*; consolas de audio, fuentes de poder, ecualizadores, compresores, monitores, micrófonos, plugs, así como equipo de *back line* adicional (baterías, guitarras, bajos, teclados, etc), por si los músicos requieren hacer uso de algún instrumento adicional.

Además, el estudio de grabación debe contar con un productor fonográfico, ingenieros de audio y sonido, mezclador, editor, masterizador, asistentes, músicos de estudio y arreglistas, entre otros trabajadores especializados.

El proceso de grabación se encuentra dentro del período de la producción fonográfica, por lo que a la par de otras actividades de distintas áreas, se trabaja arduamente para conseguir la excelencia del material fonográfico y con ello su comercialización exitosa.

Es así, que el desarrollo de la grabación inicia cuando se fusiona el músico con su instrumento para darle vida a una creación sonora, la cual quedará immortalizada al ser grabada en algún formato musical. Por lo que el inicio o primer paso empieza cuando el músico interpreta la melodía, para que ésta sea grabada. Anteriormente se tuvo que haber planeado la forma de grabación, así como los tipos de instrumentos,

micrófonos, amplificadores, compresores, texturas de pared de la cabina, etc. Además, de establecer si será una grabación en conjunto (todos los músicos al mismo tiempo) o por separado.

Una vez que se tiene la grabación de las tomas correctas, pasan al proceso de mezcla, donde se *limpian*, ecualizan, editan, agregan los efectos y se realizan los arreglos necesarios para que suene como se había pretendido para conseguir el mejor sonido posible.

Después de que el editor organiza los temas, de la forma en que quedarán en el producto final, para concluir se pasan a la *masterización*, donde se da la última pincelada a la grabación, y consiste en darle un mismo volumen determinado al fonograma en general (todas las canciones con un mismo volumen), a partir de procesos de ecualización, normalización, expansión, compresión y limitación, de tal manera que se logre una homogenización del fonograma, para que pueda ser apreciada la obra en su máximo esplendor de calidad.

2) *Maquiladora de Discos*

La maquiladora de discos se dedica a la producción en serie del master de la grabación final, realizando cientos o miles de copias, según sea el pedido. Algunos sellos discográficos cuentan con su departamento de maquila, o mandan el trabajo a maquiladoras independientes, las cuales trabajan para quien demande una producción en serie de varias copias.

Además, de hacer la copia del disco con serigrafía impresa, también se encargan de realizar el *booklet*, un libro pequeño de 20 x 20 cm, que contiene fotos de los artistas, letras de las canciones, agradecimientos, créditos e intervenciones en la grabación, logotipos, código de barras, e información en general. El diseño del *booklet* y la serigrafía del disco han sido realizados con anterioridad por los creativos y diseñadores del área de operaciones quienes definen el estilo o concepto del artista. Por lo que la maquiladora solo se encarga de producir en serie los discos y *booklets*, empaquetándolos para su disposición comercial.

3) *Tiendas de Música*

Estos establecimientos son la última etapa del proceso del material fonográfico, finalizan el ciclo de producción del fonograma e inicia la etapa de recepción del escucha, ya que una vez que se encuentra en los puntos de venta, el público en general tiene acceso al fonograma y decide que tan bueno es el material, lo cual le dará el éxito a la pieza fonográfica. De lo contrario, será un total fracaso el disco, junto con su campaña de promoción, difusión y mercadotecnia.

En México son pocas las cadenas de tiendas que se dedican al comercio de la música, las cuales funcionan como un monopolio, los cuales se quedan con ganancias de hasta un 200% del valor original del disco y establecen reglas y políticas que solo las *majors* pueden cumplir, como el precio, entradas y salidas, devoluciones, etc., de la mercancía, por lo que para un disquera independiente es muy difícil incorporarse con su producto a las tiendas de música. En ocasiones las disqueras independientes hacen tratos y acuerdos con las *majors*, para que éstas les distribuyan su material fonográfico e inserten su producto en las grandes tiendas comerciales de música.

Una vez, que el material fonográfico está en las tiendas y la labor del sello discográfico casi ha terminado, también existen otras áreas alrededor de la producción fonográfica, las cuales se alimentan y a la vez nutren a la industria discográfica, siendo parte importante de la industria cultural y de su desarrollo, estas son:

1) *Editorial de Música.*

Una editorial de música es quien defiende y cobra los derechos por uso y reproducción de las obras. Así, una vez que la obra ha sido grabada, se procede al cobro de regalías por concepto de utilización de la misma.

Su labor consiste en la elaboración de partituras de la música y letra del tema. De tal manera, los músicos registran sus composiciones primero ante derechos de autor, (en el caso de México es en el Instituto Nacional del Derecho de Autor), para después venderlas ante una editorial de música, la cual se encargará de darle seguimiento de

cobro a las piezas musicales y dará un porcentaje de las ganancias económicas al autor de la obra.

Además, las editoriales de música también se encargan de promover las obras musicales, ante los sellos discográficos y artistas, por lo que la pieza musical puede ser grabada o interpretada por otro músico de cualquier sello discográfico. Las discográficas también cuentan con sus editoriales, pero el compositor elige la editorial con la que desea trabajar.

Otro organismo que también protege los derechos legales de las obras musicales son las “Sociedades de Gestión Colectiva”, al igual que las editoriales de música, el autor las elige y les da autorización para que velen por sus derechos, esto es, las ganancias económicas.

La diferencia que hay entre una sociedad de gestión colectiva y una editorial de música es que la primera se encarga de cobrar la ejecución pública, esto significa la exhibición transmisión por cable, fibra óptica o cualquier otro medio, exportaciones de la obra, traducciones y cualquier forma de utilización pública, en cambio la editorial de música se encarga de los derechos de las ventas de fonogramas vía CD, DVD, Digital (MP3, WAV, AAC, etc.), así como de las ventas de música impresa o partituras y la cesión de temas musicales para su uso en películas, comerciales, arreglos con otras compañías para préstamo y cesión de temas.

Aunque, se puede creer que el compositor genera mucho capital económico, con sus derechos de autoría, es muy difícil que éste se pueda mantener de las piezas musicales, ya que el porcentaje que les otorgan las editoriales y las sociedades de gestión colectiva es muy poco, por lo que solamente los compositores que realizan temas exitosos, a nivel comercial generan mayores regalías.

1) Representante Artístico

El área de representación fundamentalmente trabaja junto al músico, cuida su bienestar y comprende las necesidades de su cliente. En ocasiones el sello discográfico asigna un representante al músico, pero en la mayoría de los casos, éste elige su manager, así

como la forma en que mejor le conviene trabajar. Por lo que hay diferentes formas de representación y manejo de la carrera artística de un músico. De las cuales tenemos las siguientes:

Management: Es una empresa que planea con precisión las estrategias de marketing y dirección artística (disco, difusión, perfil, imagen, presentaciones, mercancía, conciertos, etc.) de un músico, enfocándose en que el artista es un “producto” y se tiene que posesionar en el mercado para conseguir el éxito de su cliente.

Manager: Es el representante personal del artista, organiza la vida artística de su representado, de él depende en muchos casos su éxito o fracaso. Se puede considerar la parte intelectual de la carrera del músico. Se encarga de las relaciones con la disquera, tratos con la prensa, agentes, promoción, publicidad, venta de shows; establece cuotas, horarios, fechas, viajes, traslados, contratación de músicos acompañantes, secretaria, técnicos, ingenieros, etc. Realiza todo lo necesario para que el músico solo se encargue de la realización de su arte.

Además, el *manager* se apoya en otros empleados que contrata para que realicen actividades como del *Personal Manager*, quien básicamente se encarga de cuidar al músico y sus necesidades personales, como son alimentos, vestuario, transporte, etcétera. También está el *Road Manager*, encargado de visitar los lugares con anticipación donde se va a presentar el músico, previendo las necesidades técnicas y físicas del evento, así como vigilar el cumplimiento del contrato, y el *Manager Stagement* que solo se le solicita cuando hay shows grandes, es coordinador del montaje del escenario, iluminación, audio y video del evento.

Booking: Este es el último grado de los representantes de los músicos. El *booking* no tiene ningún derecho sobre el músico, sin embargo a partir de sus relaciones sociales, consigue contratos de shows. El *booking* se alimenta de una agenda de diferentes artistas y posibles clientes a los cuales les puede vender fechas de presentación y se lleva una comisión económica por fecha que consiga.

La industria fonográfica es amplia y compleja en cuanto a su organización y estructura, alrededor de ella se generan muchos empleos y a su vez se impulsa parte

de la economía del país, además de estimular a la industria cultural a un desarrollo satisfactorio, para que la cultura musical llegue a todos los sectores sociales.

Por lo que a partir de la producción fonográfica, su desarrollo, distribución y las áreas alternas o paralelas que genera esta industria, es que las disqueras o sellos discográficos, crean y producen el inicio de un entramado cultural que tiene como objetivo que la sociedad receptora acepte el mensaje, para continuar con el orden y la hegemonía cultural que ha realizado durante su periodo de existencia.

2.4 Sonidos irreverentes: El rock y otras sustancias “Una lucha contra la hegemonía cultural”

El sonido es la voz del mundo, narra las vicisitudes de la vida del hombre, habla sobre el orden social, reclama las injusticias de la vida y cuenta historias de la humanidad; sus cantos versan sobre las alegrías y tristezas del mundo. “Desde hace veinticinco siglos el saber occidental intenta ver el mundo. Todavía no ha comprendido que el mundo no se mira, se oye. No se lee, se escucha” (Attali, 1995:11).

Los sonidos son parte del orden del sistema-mundo y a la vez del desorden que la sociedad manifiesta ante las dificultades y problemas que vive día a día. Los sonidos como música de fondo nos describen el contexto del mundo y guían por diferentes texturas que nos permiten viajar a través de la historia del hombre, conociendo cada espacio y rincón de humanidad, donde el hombre ha hecho eco de su pensar y su sentir a través del sonido.

El sonido es un medio más para percibir el mundo; a través de melodías, ritmos y acordes se refleja la realidad y nos profesa lo que está por venir. Los sonidos dibujan grandes rasgos de la sociedad. “Mucho más que los colores y las formas, los sonidos y su disposición conforman las sociedades. Con el ruido nació el desorden y su contrario: el mundo. Con la música nació el poder y su contrario: la subversión” (Attali, 1995:15).

La música es un acoplado de sonidos y silencios artísticamente organizados; son un poderoso factor de integración social y a la vez de homogeneización cultural. Por lo que la música es un ruido de fondo para las masas, un objeto de consumo y repetición

que también sirve para hacer callar. “El ruido se vuelve fuente de proyecto y de poder, de sueño: Música. Corazón de la racionalización progresiva de la estética y refugio de la irracionalidad residual, medio de poder y forma de entretenimiento” (Attali, 1995:15).

Sin embargo, la música también es la voz de los desprotegidos, la disidencia, que anuncia el cambio, y sus anhelos se ven plasmados en cada melodía que realizan. Siendo profecía de lo que está por venir, un mundo mejor. Para los productores de la “música oficial” este rostro de la música suele ser peligroso, subversivo e inquietante, para el orden social del sistema-mundo que han construido.

Existen muchos estilos musicales que el hombre ha desarrollado para manifestar arte, sentimientos e ideologías: la música clásica, folklórica, flamenco, ópera, instrumental, jazz, blues, etc., sin embargo, fue hasta el nacimiento del rock, que se generó un grito de liberación y rebeldía para el hombre, el cual inició siendo una explosión de la juventud, para después convertirse en una forma de vida, insertándose en la cultura popular del mundo.

El rock más que objeto de estudio, es una sustancia sonora que se escucha, se siente, se entiende y se vive. Cada melodía que se realiza es un alarido por la paz, el amor, la libertad, la vida, el todo y el mundo.

Se han efectuado muchas investigaciones y estudios en torno al rock como fenómeno sociocultural y económico, como *A History Of Rock Music: 1951 - 2000* de Piero Scaruffi, *Rock and Roll Year By Year* de Luke Crampton, *The Rolling Stone Illustrated History Of Rock And Roll* de la publicación Rolling Stone, *La gran guía del rock* de Jordi Bianciotto, *Rock & Pop La Historia Completa* de Michael Heatley; en términos sociológicos encontramos, *Subcultura* de Dick Hebdige, y en el plano nacional podemos mencionar el gran libro *Los grandes discos del rock 1951-1975* de José Agustín. Se ha gastado mucha tinta y papel para descifrar sus significados; se ha tratado de contar con exactitud su historia, y se siguen realizando escritos en torno al tema, por lo que es interminable el número de libros escritos. En esta ocasión no realizará una descripción a profundidad de lo que es rock, sino se describirá un breve panorama del tema, ya que el rock es uno de los principales motores que ha impulsado la escena discográfica independiente en el mundo.

2.4.1 El inicio del rock

El rock se desarrolla a partir de la mitad del siglo XX, siendo uno de los fenómenos culturales más importantes de la historia del hombre que ha servido como vía de liberación de pensamientos y construcción de ideologías; más que un estilo o género musical, se ha convertido en una forma de vida.

En un principio el rock era llamado como rock and roll y este último es un género musical influenciado por el rhythm and blues, el hillbilly, el country, el western, el jazz y el blues, nace en Estados Unidos en la década de los 40's y se populariza en los 50's. Básicamente el rock and roll es un estilo musical que se toca en compases de cuatro cuartos a una velocidad de moderato (de 84 hasta 108 golpes por segundo), incorporando en un principio batería, bajo y guitarra eléctrica, y los textos son cantados en un estilo áspero, espasmódico y altamente ornamentado heredado de la tradición del canto del blues.

El rock and roll fundamentalmente es rhythm and blues, hablando de su ejecución musical, sin embargo el nombre es el que hace la diferencia, ya que el término de rhythm and blues se da para la música que venían realizando los músicos de raza negra en general. El término rock and roll se comienza a usar en 1951 por el DJ estadounidense Alan Freed, el cual impulsa esta palabra en la radiodifusora WJW AM, a través de su programa "Noches de Rock and Roll", donde se transmitía el rhythm and blues negro en sus versiones originales, las cuales posteriormente fueron popularizadas por cantantes blancos y producidas por las grandes disqueras de ese entonces. Como ejemplo de ello tenemos al arquitecto del rock and roll, Little Richard, quien por su color de piel se le catalogó a su música como rhythm and blues y no rock and roll, sin embargo, la gloria y fama le perteneció a Elvis Presley, nombrándolo "El rey del rock and roll".

El rock and roll o rhythm and blues, se forma bajo la tutela del blues y el jazz, ya que el sonido del rock and roll está basado en la estructura del blues e interpretado por la típica sección rítmica del jazz (contrabajo, guitarra, batería y en ocasiones teclados). Las letras muy a menudo eran sexualmente sugerentes. El término rock and roll

acuñado por Alan Freed, tenía connotaciones sexuales para los negros (menéate y revuélcate), también dice “*The Rolling Stone Rock’n Roll Encyclopedia*, en realidad se trata de un eufemismo usado en el medio del blues que significa “intercambio sexual”: o sea, coger.” (José Agustín 1996:32).

A pesar de que el rock and roll en un principio eran simples covers o versiones de músicos blancos, de canciones de rhythm and blues grabadas originalmente por músicos negros, fue mitigado por los intereses de la industria musical, debido a su aspecto interracial, donde se mezclaba la raza blanca con la negra, un público mixto, además de que se estableció que el rock and roll era puro “ruido”. En un principio, el rock and roll versaba sobre la visión del mundo adolescente, sin embargo, conforme fue madurando este tipo de música, sus temáticas cambiaron. Ahora, la denuncia social, la “protesta”, y el inconformismo social eran los tópicos recurrentes, lo que provocó más estigmas hacia el rock and roll por parte de las instituciones y la industria: el vicio y la delincuencia fueron dos de ellos.

En resumen es necesario citar a los principales motores de esta revolución cultural, entre los que podemos mencionar por parte del rhythm and blues a Little Richards, Chuck Berry, Fast Domino, Lloyd Price, The Coasters, Ray Charles, The Chords, Joe Turner, Etta James, Mr. Blue Harris, Big Mama Thornton etc. Y por el lado del rock and roll, la música de blancos, tenemos a Elvis Presley, Carl Perkins, Bill Haley, Jerry Lee Lewis, Gene Vincent y The Everly Brothers, entre otros.

Para los críticos e historiadores el rock and roll nace “en mayo de 1955 cuando la revista *Billboard* consagró la pieza “Rock around the clock” de Bill Haley and the Comets como la grabación más vendida del país y más oída por la radio, confirmando así que el rock and roll ya era la música más popular entre los jóvenes norteamericanos” (Robles, 1993:153).

Como se sabe, el rock and roll continuó con su evolución, a través de los años y con ello su madurez intelectual; las composiciones que un principio trataban temas adolescentes, fueron adquiriendo una conciencia social y con ello ideas sumamente complejas y una visión diferente del mundo. Además del cambio en las temáticas, el

sonido también se transformó. El siguiente paso sería un rock and roll lento y suave, un estilo más mercantil y aceptable.

El rock and roll ya no tenía el salvajismo que en un principio había adquirido. A finales de los 60's después de que en 1964 Estados Unidos sufriera la invasión británica musical, iniciada por el mejor grupo de toda la historia de la música, The Beatles y su primer sencillo "I want to hold your hand", seguido por grupos británicos como The Rolling Stones, The Dave Clark Five, Herman's Hermits, The Who, iniciaría lo que sería la evolución más importante de dicho estilo musical, el rock vinculado a los eventos sociales y políticos de una época en la que grupos e individuos, motivados por un idealismo novedoso y anti-conservador, lucharon contra la represión y empezaron a liberarse de las ataduras sociales, políticas, culturales y sexuales.

El rock, a secas, ya sin el roll, se definiría como un conglomerado de estilos, unificados por un espíritu, un ambiente y un público en común. El rock permitiría la hibridación con otros géneros, en un principio con el jazz, la música clásica, el folk y el country, y después con cualquier tipo de género musical, aunque preservando su estilo básico de instrumentación y estructura.

Es así, que el rock se convertiría en el signo para referirse a muchos dialectos de un mismo tronco lingüístico, donde la multiculturalidad, tanto en la música como en los lenguajes de las letras, ha construido un árbol genealógico llamado rock, el cual de su raíz ha brotado un tronco fuerte que día a día sigue echando ramas de estilos musicales, formándose un rizoma sonoro que nunca termina.

2.4.2 El rock, una forma de vida

El rock ha sido considerado como el género de música popular anglosajona, que tiene su inicio y desarrollo en Estados Unidos de Norteamérica y el Reino Unido de Gran Bretaña, se introduce en los jóvenes de raza blanca de dichas naciones, sin embargo el rock ha traspasado líneas geográficas, razas, clases sociales, género, religión, etc., siendo un lenguaje único, que con su simple definición de concepto, remite a toda aquella expresión que hable sobre la libertad del hombre.

En un principio rock and roll fue rechazado por la industria discográfica y en general por la sociedad, sin embargo, al conocer las ganancias que podía reeditar, la industria de la música prefiere controlar al nuevo estilo musical que estaba conmocionando a los jóvenes de la época.

La industria de la música había generado sus propios modelos del rock and roll, el salvajismo parecía desvanecerse y la libertad de creación parecía terminar. Los señores de los corporativos manejaban la nave sonora denominada rock and roll.

Sin embargo, a mediados de los sesentas el rock and roll dio un giro radical, regresaría a la rebeldía y salvajismo que lo había caracterizado. Surgiendo con esto un sonido más evolucionado, maduro y que haría historia. El rock and roll abandonaría las temáticas adolescentes para abordar temas sociales, mirando el mundo desde una perspectiva compleja, la cual denunciaba que no todo estaba bien: el mundo no era un lugar feliz, el gobierno no hacía lo correcto, la sociedad carecía de libertad y muchas más vicisitudes que sufría el hombre común, aunado a las utopías de una vida mejor, donde el hombre ama al hombre y respeta su existencia, el amor y paz.

A principios de los sesenta Bob Dylan coloca la primera piedra que sería el cimiento del rock, con su incursión de música folk y temas de protesta; abarca la dimensión política, despertando la conciencia de los músicos que en un principio hacían rock and roll suave y feliz, uniéndose al viaje de la nueva música llamada rock. Su tema “Like a Rolling Stone” y el sonido de martillo, marcarían el comienzo de la historia del rock.

“A mediados de los 60’s, la acción militar de Estados Unidos en Vietnam estaba escapando de su control. Estudiantes de todo el mundo se implicaban más y más en la política; los derechos civiles y el feminismo eran temas candentes y el movimiento juvenil empezaba a interesarse por las alteraciones de la conciencia producidas por la droga. En consecuencia, ciertos estilos de música popular mezclaban actitud insolente, experimentación y conciencia social, y el recién definido género rock fue el resultado que lo abarcaba todo” (Heatley, 2006:348).

Para los expertos del tema señalan que 1965 es el año en que nace el rock, ya que toda una generación de músicos floreció y maduro artísticamente. Muchos grupos ingleses colaboraban con nuevos sonidos, diferentes formas de tocar, y una visión diferente de vida. En ese año The Rolling Stones sacaría el sencillo “(I can’t get no) Satisfaction” el cual mostraba la frustración general, la no satisfacción por lo que había a su alrededor, un rechazo a su época y su entorno en general. También The Who sacaría el sencillo “My generation” donde rebeldía y protesta se manifiestan en toda la canción.

El rock evolucionaría y entraría en planos psicodélicos, The Cream mostraría como el virtuosismo también podría mezclarse con el rock, The Beatles cambiaría su sonido rock and roll por sonidos más sofisticados, los cuales quedaron registrados desde los álbumes Rubber Soul (1965) y Revolver (1966) y un sonido más psicodélico en el álbum Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band (1967).

El rock nacido del rhythm and blues y éste a su vez del blues, crecía y se diversificaba en cientos de direcciones nuevas y emocionantes. El rock fue la banda sonora de una época de cambios. Se convertiría en una fuerza política y artística creíble, añadiéndole a la música volumen y actitud.

El rock ha permitido la hibridación con cualquier otro género musical, ha tolerado las variantes regionales, ha propiciado subgéneros y estilos diversos. Este género musical cambia constantemente su sonido; tiene variantes temáticas significativas para la sociedad; rechaza y se incorpora a la industria musical, camaleónicamente transforma su piel cada vez que se reinventa, sin embargo, su espíritu de libertad jamás se termina.

Y su historia es difícil de resumirla en algunas cuantas cuartillas, porque se podría seguir contando desde el rock psicodélico con el mejor guitarrista de la historia del rock, Jimi Hendrix, donde este género mostraba su carácter multiétnico, hasta los músicos de la costa oeste de Estados Unidos: The Doors, Jefferson Airplane y los Grateful Dead. Desde la poderosa presencia femenina de Janis Joplin, hasta lo que sería el portavoz de toda una generación, Joe Cocker y su interpretación de “With a Little

Help from My Friends”, original de The Beatles, interpretada en 1969 en el festival Woodstock, donde el sueño hippie se haría realidad, difundiendo el amor y la paz como una forma de vida y el rechazo hacia el sistema social. De esta manera se preparaba un escenario para las décadas siguientes donde el heavy metal y el rock progresivo atraerían a las multitudes siguientes.

Desde la primera banda de heavy metal, Led Zeppelin, hasta el súper grupo Pink Floyd, se sabía que los setenta eran un momento cumbre para el rock, donde la artes escénicas salieron a la vista con David Bowie, Roxi Music, Alice Cooper y The Velvet Underground, guiados por el artista Andy Warhol, esta innovadora psicodelia se transformaría más tarde en glam rock, también se abrió paso a grupos de rock progresivo como Procol Harum, Emerson, Like & Palmer, King Crimson, Yes, hasta los teatrales de Génesis.

El rock había llegado a la cúspide de la luna, sin embargo a mediados de los setenta faltaba conocer su lado oscuro. El punk hacia su aparición como resultado de la música hinchada, excesivamente pulida y sobreproducida, falta de alma, el punk básicamente era música elaborada con una sencillez y crudeza que solo con tres acordes se podía demostrar actitud desinhibida. El punk era un retroceso en sus niveles de ejecución, sin embargo este estilo venía a dar actitud e ideología al rock. El punk amplificó su agresividad, escupían a la cara de la autoridad, a los valores burgueses, y expresaban la frustración y el desencanto de la juventud descontenta. El Punk echó raíces tanto en Europa como en América, de Londres a New York.

El punk de Londres estaba encabezado por The Sex Pistols, The Clash, The Jam The Strangles y The Damned, Buzzcocks, mientras que el de Estados Unidos por Ramones, The Dead Kennedys, Television, Patti Smith, Black Flag y Talking Heads. A pesar de que la diferencia entre el punk británico y el norteamericano era que el primero se insertaba más en una crítica social, donde la manifestación de la anarquía se hacía presente en todo momento y se apelaba por la juventud británica desposeída de derechos, donde la sociedad británica tenía para ofrecerles, desempleos o trabajos sin porvenir, no había futuro. En cambio el punk norteamericano no era tan salvaje y violento, tal vez la crítica política se hacía presente, pero también el humor estaba presente.

La importancia del punk radica en que ha sido el último movimiento musical de impacto social, en un principio había sido adoptado por las clases desprotegidas, las disidencias, que cansadas de no tener las mismas oportunidades que los sectores opulentos, se manifestaban a través de su estética, su actitud e ideología.

También, se puede mencionar que “la herencia duradera del punk fue su ética DIY (<Do-It-Yourself>, es decir, <hazlo tú mismo>), que animaba a los jóvenes de todas las condiciones sociales a formar grupos” (Heatley, 2006:428). Esta ideología permeó en varios ámbitos creativos, ya que los punks diseñaban o modificaban sus prendas de vestir, se organizaban para escribir fanzines, se juntaban en grupos, y practicaban la autogestión. “El punk también animó a que la gente fundase sus propios sellos discográficos independientes, o *indie*, así llamados porque no confiaban en lo que los punk rockers consideraban los BOF (<boring old farts>, es decir, <aburridos pedos viejos>) ni en los <contables> de las compañías discográficas tradicionales” (Heatley, 2006:428).

Durante los 80’s y 90’s el rock continuó fragmentándose, cada vez más y más en géneros y subgéneros. Los 80’s fueron testigos de cómo del heavy metal surgió desde el thrash, el speed hasta el black, el death y el doom. De cómo nacieron las nuevas estrellas del rock y éste género era el preferido de la industria musical.

El rock se masificó y con ello la industria. “El rock de estadio” fue la meta a alcanzar, los músicos hacían canciones donde demostraban la empatía con los escuchas. Canciones con temáticas básicas sin complejidad eran los nuevos himnos de toda una generación, desde los conciertos míticos de Queen hasta la frescura e innovación de U2. La cumbre de la muestra del poder de convocatoria que tenía el rock se pudo observar en 1985 cuando se llevó a cabo el concierto Live Aid, el cual consistió en dos conciertos en forma simultánea, en el estadio de Wembley de Londres Inglaterra y en el Estadio J.F.K de Filadelfia Estados Unidos, donde se recaudaron más de 100 millones de dólares en beneficio de los países de África Oriental, en concreto Sudan, Etiopía y Somalia. El concierto fue retransmitido vía satélite a más 72 países, siendo uno de los eventos más vistos en todo el mundo.

Los 80's también tuvieron su lado oscuro y melancólico, especialmente en el viejo continente, el post punk hacia su aparición con ropas góticas, introspectivo, oscuro y obsesionado con la muerte, con grupos como Joy Division, Bauhaus, The Cure, Sister of Mercy, The Mision, etc. La melancolía impregnada en sus letras y atmósferas, rechazaban ubicarse en *el mainstream* de la música, así como el constante coqueteo con la música dance de la época.

La música dance y el uso de instrumentos electrónicos, como teclados, sintetizadores y secuencias, provocaron encuentros con el rock, teniendo como resultado algunas fusiones de ritmos interesantes, entre lo que podemos mencionar el rock electrónico, el techno, synth pop, etc.

La coyuntura entre los 80's y 90's sería marcada por el importante movimiento musical que se dio en la ciudad inglesa llamada Manchester, donde se produjo el llamado "sonido Manchester". Esta clasificación se le designaba a una escena de clubes, una subcultura juvenil y un estilo de música, también conocido como "Baggy" (ancho, holgado), debido a sus ropas holgadas que llevaban los chicos. Entre los grupos se encontraban The Happy Mondays, con una visión drogada y psicodélica de la música dance, al igual que los The Stone Roses. También se encontraban grupos como The Charlatans, James, Inspiral Carpets y The Smiths, la banda más influyente de los 80's, además de contar con las mejores composiciones musicales escritas por el cantante Morrissey, que narran problemas políticos y sociales.

En el inicio de los 90's el rock que se desarrollaba era marcado fuertemente por las etiquetas que la industria musical otorgaba. La música "alternativa" entraba a la escena y con ello un sinnúmero de grupos y subgéneros musicales. Desde los conocidos R.E.M., Sonic Youth, Meat Puppets, Soundgarden, Minutemen, Hüsker Dü, Pixies, Jane's Addiction, hasta la nueva camada de grupos como Pearl Jam, Nirvana, Smashing Pumpkins, Mudhoney que se dieron a conocer bajo la etiqueta de grunge, donde se combinaba un poco la actitud punk, "no hay futuro", con el nihilismo de la "generación X".

Es así como los 90's se caracteriza por ampliar un mercado musical, donde hay música para todo tipo de escucha, y la lista de subgéneros y combinaciones es interminable, desde el shoegazing de My Bloody Valentine hasta el brit rock de Oasis, Blur y Radiohead, desde el nu metal de Tool hasta el funk metal de los Red Hot Chili Peppers y Faith No More. Los 90's es el fin de un milenio donde el rock llega a su máximo clima de creación y perfeccionamiento; la siguiente década solo ofrecería un reavivamiento de lo antes escuchado.

La música rock de inicios del 2000 ha tenido carentes aportaciones ideológicas para la sociedad, así como de sonidos; los grupos del mainstream que navegan con la bandera del rock, se han quedado cortos en su producción de mensajes, han decidido darle un repaso a todo lo que se ha desarrollado antes, enfrascándose en el revival de los 60's, 70's y 80's. Grupos que se dieron a conocer en esta década como Coldplay, The Strokes, Muse, Interpol, The Killers, Franz Ferdinand, etcétera, han permanecido al margen del compromiso social de escuchar y ser portadores de las voces de la generación del nuevo milenio.

“Al comienzo del siglo XXI, la música rock se sigue subdividiendo y reinventando a sí misma, absorbiendo continuamente nuevas influencias de otras esferas musicales. Sin embargo, en parte debido a este proceso de mutación también le falta frescura y vitalidad. Frente a la influencia cultural que ejercen el rap y el hip hop, el rock ya no moldea las opiniones como lo hacía antes. Que pueda convertirse de nuevo en la fuerza predominante sigue siendo una cuestión abierta” (Heatley, 2006:354).

2.4.3 Rock vs Poder

Aquí se hace énfasis en el tema de la industria musical independiente, ya que ésta aún produce propuestas musicales que plantean un compromiso social, siendo portadores de la voz de su generación y escuchando lo que hay a su alrededor, en su mundo.

La historia del rock muestra que este género musical se coloca en la contracultural, sin embargo ha coexistido cómodamente dentro de la industria musical. Desde sus inicios, la industria discográfica se dio cuenta que el rock atraía a la juventud,

la cual, más que una amenaza, ayudó al rock a convertirse en parte de la industria, ya que la compra de discos, cassetes, videos, cd's, presentaciones, y otras mercancías, hacen que el rock sea una propuesta viable dentro de la industria musical.

Si bien el rock se ha insertado en el *mainstream*, y convertido en una música popular que no tiene límites y traspasa cualquier nación, y su producción es industrial para el consumo masivo, también es importante señalar que el rock sigue siendo una manifestación artística en constante movimiento, y busca el perfeccionamiento de su sonido, que nutre y motiva a otras formas de expresión artística, inspiradas en este género musical, como la literatura, pintura, fotografía, cine y teatro.

El rock es fuente de inspiración para otras disciplinas artísticas, porque está impregnado de ideologías. El amor, la libertad, la paz, son algunos de los ideales que contiene este género. Esta música despierta la conciencia y señala las injusticias, hace crítica de lo que está mal e incita a modificarlo. “La música pop a menudo te dice que todo está bien, mientras que la música rock te dice que no está bien, pero puedes cambiarlo” (Bono, 2006:348).

El rock y sus sustancias auditivas han permanecido en una constante lucha ante la hegemonía cultural, impuesta el sistema-mundo. “El término hegemonía alude a una situación en la que una alianza provisional de determinados grupos sociales puede ejercer una <autoridad social total> sobre otros grupos subordinados, no sólo por coerción o imposición directa de las ideas dominantes, sino ganando y configurando la aceptación, de manera que el poder de las clases dominantes parezca a la vez legítimo y natural. La hegemonía sólo se mantendrá a condición de que las clases dominantes consigan poner de su lado las definiciones opositoras, con lo que los grupos subordinados estarán, si no controlados, sí por lo menos contenidos dentro de un espacio ideológico que no parecerá en absoluto <ideológico>: que, en cambio, se mostrará como permanente y <natural>, externo a la historia, como si estuviera mas allá de los intereses concretos” (Hebdige, 2004:31).

La ideología del rock rompe con la hegemonía cultural que trata de imponer la clase dominante, ya que cada vez que este género musical es absorbido por el sistema, (la industria musical corporativa) surge una nueva rama auditiva que se rehúsa a

formar parte de la idea dominante. Así, el rock a partir de sus valores ideológicos, amor, libertad y paz reúne a las clases oprimidas y subordinadas, para alejarlas de las ideas del poder; concientizándolas de los males que provoca la hegemonía cultural y poniéndolas en acción en contra del sistema opresor.

La historia del rock describe la constante disputa contra la ideología dominante, en cada estilo y subgénero surgido hay una batalla saldada, algunas se han perdido, pero otras se han ganado, y éstas últimas son las que hasta el día de hoy suenan en los oídos de alguien que ha decidido permanecer fuera de la hegemonía cultural. El rock y sus décadas de existencia son muestra de resistencia ante un sistema que no funciona con equilibrio y justicia, donde se ha buscado un cambio, empezando por la ideología que más tarde se refleje en la forma de vida.

2.4.4. México Rock.

“El rock era tan inquietante y lejano como el movimiento estudiantil. Habíamos llegado tarde a los grandes acontecimientos. Debutamos en el kínder mientras Dylan debutaba en el festival de Newport” (Villoro 1986:10).

En México, el rock no es de los principales géneros musicales acogidos por la sociedad; no forma parte sustantiva de los sonidos culturales. La música ranchera, el bolero, los ritmos tropicales, norteños y pop, le son más familiares. Y en razón de que éstos son del gusto popular y reditúan ganancias, la industria discográfica ha puesto empeño en producir, desarrollar y difundirlos, muestra de ello es el extenso repertorio de discos que se aglomeran en las tiendas de discos.

La cultura hegemónica que domina la sociedad mexicana, ha dejado fuera y al borde de la extinción al rock, ya que los sonidos estruendosos y las letras que versan sobre marginación y disidencia de la sociedad, provocan malestares, en muchos de los oídos de las personas que están a cargo de las instituciones y de los grandes corporativos comerciales.

El rock en México aún no ha logrado permear dentro de la gran industria musical, y su producción siempre ha sido independiente. Han existido intentos por

llevar a la profesionalización al rock¹, pero el proceso siempre ha sido frenado. Por esta razón el rock en México permanece subterráneo, bajo prácticas de producción independientes, que son una alternativa cultural para sociedad mexicana contemporánea.

Relatar la historia del rock en México, sería extenuante, sin embargo es necesario mencionar momentos importantes y hacer una breve retrospectiva del movimiento rockero nacional.

A mediados de los años 50's el sonido del rock llega México, principalmente importado de Estados Unidos, ya que la cercanía que tiene este país con México y su nivel de potencia mundial, hace que su cultura y lo que se concibe dentro del país, influya en el resto del mundo. En un principio las grandes disqueras tomaron el control de la música rock. “La industria se lanzó al abordaje y nos soplamos a las orquestas de Pablo Beltrán Ruiz, del cacique Venus Rey, y de Luis Arcaraz, a los hermanos Reyes, los Tex Mex y los Xochimilcas. Hasta Agustín Lara y Pedro Vargas salieron en películas “de rocanrol” y más tarde Lalo González, el piporro, también le entró al “rocanrol ranchero”. Pero después, finalmente, las cosas pasaron al campo de los chavos con Gloria Ríos y Erika Carlsson, y en 1957, como debía de ser, el rocanrol hecho por jóvenes fue una realidad” (José Agustín 1996:34).

En 1958 surgen grupos musicales de rock como Los Locos del Ritmo, Los Teen Tops y Los Rebeldes del Rock. Siendo Los Locos del Ritmo el más importante, realizaron composiciones originales, entre la que podemos mencionar “Yo no soy un rebelde” la cual se convirtió en un himno para los jóvenes de esa generación. También, estas bandas fueron precursores del *cover* de rock, haciéndoles traducción y adaptaciones a las canciones, como es el caso de “Good Golly Miss Molly” en “Ahí viene la plaga” interpretada por los Teen Tops. A estos grupos se les sumaron Los Crazy Boys, Los Black Jeans, los Boppers, los Gipson Boys, los Viking Boys, los Holligans, los Sonámbulos, los Jokers, los Hermanos Carrión, etcétera.

¹ Donde la industria musical invierta su infraestructura y los medios de comunicación ofrezcan difusión a este tipo de sustancias auditivas. El rock como un producto de mercado, al cual también se le invierte el mismo capital que se le invierte a la música popular o de moda.

Es necesario mencionar que el rock se desarrolla dentro de los círculos sociales de la clase media, los cuales se identificaban con películas como *El Salvaje* (1954, *Laszlo Benedek*) y *Rebelde sin causa* (1955, *Nicholas Ray*), donde la rebeldía ante el sistema social se deja ver en cuadro por cuadro de la película, insertando con ello a la sociedad mexicana, además de un inconformismo y rebeldía por parte de los jóvenes, rasgos de identidad como los pantalones de mezclilla, copetes, patillas, el cuello de la camisa alzado, faldas amplias, crinolinas y calcetas blancas. Más tarde se estrenaría *El prisionero de Rock and Roll*, pero el clímax se daría en 1959 con el estreno de *King Creole*, en México la titularon *Melodía Siniestra*, donde debido al desorden que mostraron los asistentes la fuerza pública por medio de sus ganaderos, sometió a base de golpes a todo aquel que atrapara, mostrando con este acto el repudio al rock, conceptualizado bajo los términos de drogadicción, vicio, delincuencia, desenfreno, el demonio, etc. La anécdota completa se puede leer en el texto de Parménides García Saldaña llamado *El Rey Criollo* de 1971.

“Ellas lloraban. Una de ellas gritó:

-¡Hija! ¡Hija! ¡Dios Mio!

Algunos cuates las defendieron, se armaron los madrazos y ellas pudieron huir, medio desvestidas, luego pareció que ya todo se había calmado, pero empezaron a arrancar los asientos de las butacas y ha aventarlos, todo mundo corriendo como locos por todas partes, como si se estuviera incendiando el cine. La función se interrumpió y encendieron las luces. Y siguió el desmadre hasta que llegaron los granaderos y nos sacaron a todos” (García Saldaña, 1971: 168).

A principio de los sesenta, la situación del rock cambió, con el *boom* de los “cafés cantantes”, ya que abrieron espacios a todos aquellos que no se resignaban al rock controlado y a los grupos que empezaban o que no estaban inmersos en el sistema comercial. De tal manera se abrieron espacios a grupos de rock no solo del DF, sino de otros estados, como a Javier Bátiz y los Finks, y los TJs (de Tijuana), los Dug Dugs (de Durango), los Yaqui (de Sonora) y los Rockin’ Devils (de Tamaulipas). Estos grupos tenían como característica una técnica más avanzada en la ejecución de sus instrumentos, con un estilo de música más denso; cantaban en inglés para poder sonar en el extranjero.

Más tarde se celebraría en 1971 el festival “de rock y ruedas” Avándaro, equivalente al festival de Woodstock de Estados Unidos, con cartel mexicano, como los Dug Dugs, Three Souls in my mind, Peace and love, El Ritual, Bandido, Tinta Blanca, y Enigma entre otros. Avándaro ha sido parte importante de la historia del rock en México, ya que fue la primera vez que se reunieron jóvenes de diferentes clases sociales, 300,000 personas aproximadamente, los cuales se identificaban entre sí, a partir de ideologías de libertad, amor, paz, espiritualidad y el gusto por el consumo de drogas. Estos actos “contraculturales” que se habían consumado en Avándaro, no fueron del agrado de las autoridades, por lo que se satanizó toda práctica que tuviera que ver con el rock; se cerraron las puertas de las disqueras y medios de comunicación a este estilo musical juvenil. Por lo que el refugio para los rockeros mexicanos durante la década de los setenta sería en los “hoyos funkies”, en los cuales las redadas y la represión harían acto de presencia. Los jóvenes a consecuencia del movimiento estudiantil del 68’ eran vistos como delincuentes y esto provocó una falta de apoyo y congelamiento del rock mexicano.

A principios de 1980 grupos como Chac Mool, Kerigma, Ritmo Peligroso, Manchuria, Anchorage y otros, eran los que más ruido generaban en el país; en 1983 se les uniría Botellita de Jerez. La década de los 80’ se caracteriza por ser la época de la reivindicación del rock nacional, El Tri instauró que el rock se debía de componer en español; Botellita de Jerez retomó la cultura mexicana de barrio, la vida cotidiana y el humor para hacer composiciones musicales. Y Jaime López y Cecilia Tussaint aportarían un rock desinhibido e inteligente a la escena rockera, muestra de ello son los temas “Sácalo” escrito por Jaime López e interpretado por Cecilia Tussaint y “Chilanga Banda”.

Rodrigo González restaura y consolida el rock mexicano, dándole un toque urbano a la música que se venía haciendo; homenajeando a la ciudad de México es como funda el denominado rock rupestre, al lado de Rafael Catana, Alain Derbez, Nina Galindo, Roberto Ponce. “Los rupestres son poetas y locochones, rocanroleros y trovadores. Simples y elaborados; gustan de la fantasía, le mientan la madre a lo cotidiano; tocan como carpinteros venusinos y cantan como becerros en un examen final del conservatorio. El rock rupestre, pues, era el rock de los jodidos, un rock básico, sin

sofisticación, sin recursos, salido directamente de las márgenes de la realidad urbana de los años de la primera gran crisis; un rock de las cavernas, lo que implicaba también un movimiento musical en sus inicios” (José Agustín, 1996:114).

*Cabalgo sobre sueños, innecesarios y rotos,
prisionero iluso, de esta selva cotidiana.
Y como hoja seca, que vaga en el tiempo,
vuelo imaginario, sobre historias de concreto.*

*Navego en el mar, de las cosas exactas,
fui enclavado en momentos, de semánticas gastadas.
Y cual si fuera una nube, esculpida sobre el cielo,
dibujo insatisfecho, mis huellas sobre el invierno.*

*Ya que yo, no tengo tiempo de cambiar mi vida,
la maquina me ha vuelto una sombra borrosa....
(Rockdrigo González, 1983.)*

Es a mediados de los 80's cuando al rock mexicano se le abren las puertas de las disqueras, como en Discos Pentagrama, Denver, Genital Records y Culebra Records, y de la radio y la televisión. Entre los medios que podemos mencionar están Rock 101, Radio Educación, La Pantera, Espacio 59 y Estéreo Joven, entre otras emisoras. Además de que bares y foros como Rockotitlán, El LUCC, La Iguana Azul, Tutti Frutti, Rockstock, impulsaron a nuevos grupos de rock. Para finales de los 80's bandas como Caifanes, La Maldita Vecindad y Los Hijos del Quinto Patio, Santa Sabina y La Catañeda dieron un balde de agua fresca a rock nacional, porque proporcionaron un poco de esperanza, a la escena musical, de que el rock se podía profesionalizar.

A principios de los 90's el rock nacional había sido permeado por la incorporación de grupos españoles y argentinos que tocaban rock en castellano desde mediados de los 80's, como Soda Stereo, Nacha Pop, Las Zombies, Mecano, Hombres G, La Unión y Duncan Dhu entre otros, sin embargo agrupaciones con un máximo sentido de creación musical como Café Tacuba, La Lupita, La Cuca, Tijuana No, sacaron la casta y representaron el rock nacional. Aunque estas últimas bandas alcanzaron toda la promoción de la industria, el rock regresó a los circuitos culturales

marginales, y grupos como Tex Tex, El Haragán, Interpuesto, Liran' Roll, y otros se apropian de las calles para dar sentido a lo que sería el “rock urbano”.

A mediados de los 90's las disqueras dan una bocanada de aire fresco al rock nacional e invierten en propuestas musicales como Guillotina, La Gusana Ciega, Molotov, Naranja Mecánica, Riesgo de Contagio, Azul Violeta, Escarbarme y Pastilla. Para finales de los 90's el sonido del rock nacional se diversificaba, tanto que en Monterrey se gestó una de las escenas más importantes del rock, con Control Machete, Zurdok, Jumbo, Plastilina Mosh y El Gran Silencio, la cuál ofrecía desde sonidos de pop rock, hasta hip hop, tintes de música electrónica, cumbia y experimental. En el Distrito Federal, la escena rockera, había sido completamente seducida y concientizada por el movimiento del EZLN que en 1994 habían hecho su aparición, y el sonido “Ska” fue el tenor por el que el rock del Distrito Federal empezó a sonar con grupos como Sekta Core, Panteón Rococo, La tremenda Korte, Los Estrambóticos, Nana Pancha, etc.

Durante los 90's surgieron lugares y espacios que se dedicaron al apoyo de rock. Además, del tianguis del Chopo fundado desde 1980, se crearon lugares especializados en el rock, como “La Diabla”, tomando el esquema del viejo Rockotitlán, foro emblemático de los ochenta. En diciembre de 1995 surge “El Foro Alicia”, cómo un espacio de culto para el rock, y el “Dada X” para la difusión de la música dark. En esta década la radio se constituyó como nuevo territorio para divulgación de estos discursos acústicos. Entre las emisoras que más apoyaron el rock están: Órbita 105.7 F.M, Óxido 1180 AM, dedicadas en su mayoría a la difusión de rock en español, y Radio Activo 98.5 FM, que lentamente lo introducía.

Con el nuevo milenio llegan nuevas propuestas de rock, lugares y foros para su ejecución musical y medios de comunicación para su difusión. Las nuevas tecnologías, se convierten en herramientas de la escena musical, las cuales hacen a un lado a los grandes corporativos de comunicación e industrias discográficas (*majors*) para iniciar lo que es la nueva era del rock nacional; la era independiente, donde jóvenes con una visión diferente de producción y comercialización de la música, crean medios de comunicación vía internet, disqueras y productoras de eventos, que son una válvula de escape para el rock nacional.

Grupos como Austin Tv, Hummersqueal, Porter, Bengala, San Pascualito Rey, Los Explosivos, Sr. Bikini, Twin Tones, Silverio, División Minúscula, Thermo, Sad Breakfast, Descartes a Kant, Eufemia, Los Dynamite, Disidente, Turbina, The Jhon Band, Canseco y Chikita Violenta, son los más representativos de esta última década, y cada grupo desde sus recursos y medios de producción se resisten ante la indiferencia de las disqueras corporativas, por producir su música, y forman rizomas de comunicación con otros grupos de música, estaciones de radio, sitios web, productoras de eventos, y consumidores de música en general, para perdurar y continuar haciendo música rock.

El rock mexicano, al igual que el del resto del mundo, siempre se ha encontrado marginado de la industria cultural, y ha sido estigmatizado por las instituciones, teniendo como característica un lento desarrollo que no permite que la música rock pueda ser un sustento de vida. Sin embargo, las prácticas de independencia proponen un escenario donde los músicos y las personas que se dedican a la producción, difusión y comercialización, encuentren en la música rock una opción de modo vida.

2.5 Los sonidos de la sociedad, para la construcción de las industrias discográficas

La música es construida a partir de sonidos y ruidos que el mundo produce: los que la naturaleza genera o los que el hombre inventa. La cual resulta música de fondo de la historia de la humanidad. Con la música podemos conocer los momentos socioculturales y políticos por los que el hombre ha atravesado, así como su evolución tecnológica. Como ejemplo se puede mencionar desde el tambor de piel de asno utilizado como caja de guerra de los romanos en el siglo 753 a.C., con el cual intimidaban al enemigo, hasta las cajas de ritmos digitales y *samples* que utilizó Moby en su disco *Play* de 1999, el cual vendió más de 10 millones de copias en todo el mundo. Ambos instrumentos demuestran la dominación del hombre: el tambor la dominación política y geográfica, y las cajas de ritmos y *samples* la dominación cultural, siendo los sonidos y ruidos la partitura que narra la historia de la humanidad. Sin embargo, la música como producto de la dominación y hegemonía cultural, también

cuenta con su contraparte, su uso para la expresión de ideologías, creencias, etc. Es una vía de manifestación más para el hombre, en la construcción de sus ideas.

La música es una organización de sonidos, en la cual ritmo y melodías se conjuntan para formar una unidad musical, llamada canción o pieza; en su mayoría es producida con la intención de ser escuchada para el deleite de sonidos o para transmitir un mensaje. “Toda organización de sonidos es pues un instrumento para crear o consolidar una comunidad, una totalidad; es lazo de unión entre un poder y sus súbditos y por lo tanto, más generalmente, un atributo del poder, cualquiera que éste sea” (Attali, 1995:16).

Es necesario mencionar la diferencia entre sonidos y ruido, el sonido musical es la sensación de un rápido movimiento periódico del cuerpo sonoro, mientras que el ruido es el movimiento no regular periódico; el ruido es una señal sonora indeseada, lo no planeado, lo que no se quiere escuchar. Los sonidos y los ruidos que se producen, son parte del escenario de la vida de la sociedad, algunos provocados para escucharse, mientras otros son evitados.

Los sonidos y ruidos son el reflejo e identidad del espacio y tiempo de una sociedad. Indican los pensamientos de la ideología dominante, así como las carencias y vicisitudes de un pueblo ó nación. Siendo los sonidos y ruidos una pantalla que representa socialmente todo aquello que se oye, por lo que ambos tienen un uso social, en donde las prácticas sociales, culturales y artísticas que constituyen una sonoridad, expresan las ideas del mundo.

Lo sonoro demuestra las relaciones y discursos de poder, es un dispositivo de control, donde se marca lo hegemónico y lo subalterno, así como la jerarquización de la producción acústica, que legitima y deslegitima los sonidos, los cuales indican los territorios, los continentes, los países, las clases sociales, los sectores, las regiones y todo aquello que divide o clasifica al hombre.

También, a partir de lo sonoro y su producción se puede diferenciar entre los países “desarrollados” y los países “en vías de desarrollo”. Los sonidos pueden ser analizados a partir de quién los produce, con qué objetivo y en qué contexto. Este

escenario acústico puede tener desencadenamientos sociales, pero también efectos de dominación o subordinación de las naciones. Los países occidentalizados (instituciones y empresarios) producen música para hegemonizar y en respuesta, los subalternos que se resisten a ser dominados, crean música para liberarse.

Sin embargo, lo sonoro va más allá de los actos de hegemonización y liberación, la música como objeto sonoro², también puede describir, relatar, figurar y detallar espacio y tiempo, así como los eventos desarrollados dentro de éstos. Como ejemplo tenemos el caso de *Bjork*, en sus primeros discos *Debut* (1993), *Post* (1995) y *Homogenic* (1997) muestra los paisajes sonoros³ de Islandia, describiendo detalladamente su naturaleza (bosques, montañas, volcanes, ríos, etc.); los sonidos documentan el entorno de un país desconocido para el resto del mundo. Asimismo, el grupo Islandés *Sigur Rós*, bajo el estilo de *post rock*, *shoegazing* y *noise*, expresa con su música (cantando en islandés), la belleza de Islandia.

En otro ejemplo, podemos señalar la canción *Sunday Bloody Sunday*, del grupo irlandés *U2*, del disco *War* de 1983, la cual relata el conflicto social de Irlanda del Norte en el condado de Derry, sucedido el domingo 30 de enero de 1972, donde 13 personas murieron y otras 14 fueron heridas al manifestarse a favor de los derechos civiles y en contra el decreto del gobierno Británico que autorizaba los internamientos preventivos; esto significaba el encarcelamiento a sospechosos de pertenecer al IRA (Irish Republican Army) los cuales abogaban por un estado soberano e independiente con respecto al Reino Unido. Con ello, *U2* permite conocer un fragmento de historia de Irlanda de Norte a través de una fotografía sonora, que relata el momento de la tragedia.

And the battle's just begun
There's many lost, but tell me who has won
The trench is dug within our hearts
And mothers, children, brothers, sisters

² Murray Schafer, en *El Nuevo Paisaje Sonoro (The New Soundscape)*, 1969, dice que cada cosa que se oye es un objeto sonoro y se halla por doquier. El objeto sonoro es un evento acústico cosmogénico, que vive-nace- muere, por lo que el objeto sonoro tiene “vida biológica”. Y éste se puede encontrar dentro y fuera de las composiciones musicales.

³ Mayra Estéves Trujillo, en *Estudios Sonoros Desde la Región Andina*, 2008, describe el Paisaje Sonoro como el sonido concreto de los lugares, y surge como concepto y práctica a partir de la preocupación de la contaminación sonora y acústica así como de los cambios ocasionados a los medios ambientes sonoros.

Torn apart.

Sunday, Bloody Sunday

Sunday, Bloody Sunday..... (Bono, 1983).

Así, la música rompe barreras geográficas, lingüísticas, de tiempo, generación, idioma, género, religión y clase social; a partir de ella se puede conocer otras culturas, historias, ideologías y diferentes perspectivas del mundo. De tal manera, el sonido producido por la música viaja y se propaga rápidamente para contar y decir lo que está sucediendo en el orbe. El sonido una vez que se distribuye, es imparable, y al igual que la imagen, no se puede detener, y todo aquello que se ve y se escucha es parte de la vida, del todo, y propiedad del universo y de quien lo habita.

También, es necesario mencionar que el sonido señala cada rincón del territorio, donde éste suene, y narra lo que ocurre en cada espacio, sirve de ambiente para mostrar el contexto del lugar, funcionando como una sinfonía, donde todos los ruidos generados crean una melodía que define el espacio. En una ciudad el ruido de los motores de los automóviles, el claxon, los gritos del chofer, la máquina del tractor que pavimenta las calles, el silbato del policía de tránsito, los gritos de los niños saliendo de la escuela, el comerciante ofreciendo sus productos en voz alta, las aves, el viento, el medio ambiente etc., nos dice a partir de su paisaje sonoro, de que ciudad y punto geográfico se trata, no es el mismo el paisaje sonoro del Distrito Federal que el de Monterrey.

Los lugares por sí solos generan su sinfonía acústica: donde hay vida, hay sonido y ruido. Así se crean múltiples objetos sonoros, éstos pueden ser altos, bajos, largos, cortos, sonoros, continuos o discontinuos y se pueden encontrar fuera o dentro de las composiciones musicales. De tal manera, el hombre convive a diario con objetos sonoros, los cuales se encuentran por todos lados y pueden ser desde la *Novena Sinfonía* de *Ludwing Van Beethoven* hasta el sonido de la pelota de niños jugando. De acuerdo al músico Murray Schafer, se puede enunciar que los sonidos generados en la vida diaria construyen el paisaje sonoro del universo, algunos intencionados y otros no, sin embargo, todos en conjunto funcionan como una orquesta que ambienta la vida diaria del hombre.

Además de los sonidos intencionados como el uso del martillo, la maquinaria industrial, los motores de transporte y todo aquello que nos dice que el sistema económico, político y social, está en funcionamiento correcto, también se generan otros sonidos que apoyan el funcionamiento de dicho sistema, como es el caso de la música, en específico de la industria discográfica, la cual apoya el “orden del sistema”.⁴

2.6 Las disqueras independientes, creadores de nuevos paisajes acústicos

La industria discográfica (*majors*) colabora con la sinfonía del universo, aportando los sonidos que produce, y manejando parte de la batuta de la orquesta que musicaliza el mundo. Sin embargo, ante los sonidos homogéneos que producen las *majors* surge la insubordinación, el ruido, las *indies*.

Las disquera independientes (*indies*) no se quedan al margen de la sinfonía del universo, ya que también producen música que forma parte del orbe y de quienes la escuchan, generan ruido, sonidos indeseables para el sistema mundo, donde las melodías, las ideologías y las voces de los subordinados que eligieron revelarse se oyen.

El ruido que generan las *indies* es parte de la resistencia social ante el poder establecido y a los sonidos homogéneos; el ruido *indie* se encuentra inmerso en lo subterráneo, en la cultura alternativa que día a día lucha y se opone a ser callado.

A continuación analizaremos las *indies* a profundidad, concepción, funcionamiento, prácticas, así como modelos de producción de algunas de las establecidas en la Ciudad de México, con el objetivo de dar a conocer la importancia que tienen estas pequeñas casas productoras de discos como propuesta alternativa de industria cultural en la Ciudad de México.

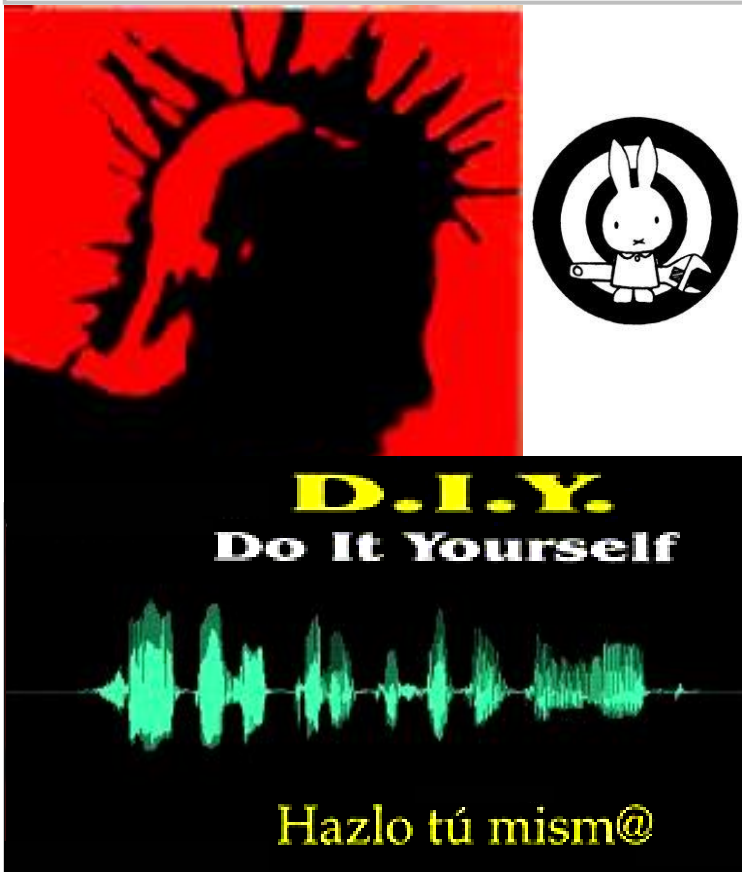
⁴ “Berlín: Sinfonía de una gran ciudad”, obra creada por Walter Ruttmann, da cuenta de esto. 1928.

LADO B

***Capítulo 3. Industria discográfica
independiente***

***Capítulo 4. las compañías
discográficas
independientes en
la Ciudad de México***

*Capítulo 3. Industria
discográfica
independiente*



Capítulo 3. Industria discográfica independiente

3.1 Concepción de las compañías discográficas independientes

*Glamorous Indie rock'n'roll
is what I want, It's in my soul,
it's what I need, Indie rock'n'roll,
it's time.....
(The Killers, 2004).*

De las artes, la música tiene la virtud de tocar el alma humana de manera única, sublime y con facilidad; posee la magia de darnos lo que nuestro corazón desea. Es un deleite humano y un regalo divino que Dios dio al hombre para hacer más ligera su existencia. La música es parte del ser y de su existencia; antes de que el hombre aprendiera a hablar, ya podía realizar ruidos y sonidos; ahora es uno de sus motivos de vida, creando, reproduciendo, difundiendo y compartiendo el don celestial.

La música ha evolucionado, tanto en su forma de ejecutarse como de grabarse, acciones que han repercutido en la comercialización. Si bien, la música es una cualidad del hombre, ya que por naturaleza destila sonidos, también se ha convertido en una forma de vida, de la cual el hombre depende para su subsistencia.

Por lo tanto, la música como mercancía tuvo que establecer un valor en dinero (capital), para su trabajo de creación e interpretación. A partir de que el músico comenzó a vivir de su creación e interpretación musical, se generó una compleja industria discográfica, empezando por las formas de grabación, las cuales desde hace más de 100 años han tenido una evolución: iniciaron con los discos de vinil, transitaron por el cassette y CD, hasta llegar a los soportes digitales como el iPod y la telefonía celular; las presentaciones en vivo de orquestas y músicos en la radio, hasta los conciertos masivos en estadios transmitidos hacia todo el mundo; de la representación del mismo músico hasta las agencias de *management*, y por último, desde las empresas discográficas corporativas, que operan a nivel mundial, hasta las disqueras independientes que han aportado a la música nuevos sonidos.

En este sentido, las disqueras independientes, han jugado un papel importante en la historia de la música, especialmente en el último centenario. Debido a esta propuesta de industria cultural, el hombre ha podido escuchar diferentes sonidos y formas de pensamiento, que las *majors*, tal vez no hubieran permitido conocer. Además, la propuesta *indie* ha planteado formas diferentes de comercio, que permiten al músico mantenerse de la música y continuar creando más melodías.

De tal manera, las disqueras independientes, no son nuevas en la industria de la música, ni improvisadas, mucho menos es un concepto para llamar a las compañías discográficas de reciente creación. Es una forma de creación, producción, difusión y realizada durante muchos años en México y diversas partes del mundo.

Si bien, se tiene conocimiento que en la década de los 20's existían algunas disqueras independientes dedicadas a grabar a músicos de raza negra que tocaban jazz y blues, es hasta mediados de los años 50' que los sellos independientes desarrollaron una infraestructura, que les permitía que sus discos alcanzarán el éxito de manera similar a cualquiera de las grandes discográficas. Estas pioneras independientes se especializaron en la producción de *rhythm and blues*, y entre los años de 1956 y 1963 el negocio discográfico estadounidense detonó en una gran cantidad de sellos, e inclusive algunas de ellas fueron fundadas por hombres de negocios y aficionados que compartían el gusto por el *rock and roll*. Así, las raíces de la industria discográfica independiente se sembraron bajo los sonidos del rock.

También, se tendió a pensar que los discos de *rhythm and blues*, realizados por las compañías independientes, especializados en producciones de este género, eran considerablemente mejores que las realizadas por compañías con poca o ninguna experiencia, como las grandes.

Las mayorías de las compañías discográficas independientes productoras de *rhythm and blues* comenzaron a ampliar los horizontes de ventas a partir 1954, con el fin de incluir a jóvenes clientes blancos en el mercado de la música popular. Sin embargo, la historia de las discográficas independientes cuentan que: “muchas de las compañías habían comenzado de manera humilde después de la segunda guerra

mundial. Los garajes de las casas hacían de estudio de grabación y los maleteros de los coches de los propietarios eran la única forma de distribución. Al contrario de las grandes, cuya estructura empresarial y sus formas de administración y toma de decisiones eran convencionales, las independientes se apoyaban casi por completo en la ingenuidad de sus propietarios, que además de actuar como cazatalentos, productores y distribuidores, también tomaban las decisiones estratégicas” (Gillett, 2003:88).

Algunas compañías discográficas independientes surgieron después de la segunda guerra mundial y otras se fueron a la quiebra cuando la contienda terminó, como el caso de la *National*, la más importante de ese tiempo. Entre las independientes más relevantes se pueden mencionar a las siguientes:

Jubilee, formada en 1948.

Atlantic 1948, subsidiando a *ATCO* y *CAT*.

Herald/Ember, formada en 1952.

RAMA, formada en 1953.

GEE, formada en 1956.

Roulette, formada en 1956.

Gone y End, formada en 1957.

Apollo, formada en 1942.

Savoy, formada en 1942.

Old Town, formada en 1955.

King, formada en 1945, subsidiando a *Federal* en 1950.

Deluxe, formada en 1947.

CHESS, formada en 1947, subsidiando a *CHEKER* en 1953.

Argo, formada en 1956.

Aladin, formada en 1945.

Modern, formada en 1945, subsidiando a *RPM* en 1950.

FLAIR, formada en 1953.

Speciality, formada en 1945.

Meteor, formada en 1952, subsidiando a *Nasco*.

Duke/Peacock, formada en 1949, subsidiando a *Duke* en 1952, *Blackbeat* en 1956 y *ACE* en 1955.

DOT, formada en 1951.

Liberty, formada en 1955, subsidiando a *Dolton*, *Demon* e *Imperial*.

KEEN, formada en 1959.

DELFI, formada en 1958, subsidiando a *DONNA* y *MUSTANG*.

ERA, formada en 1955, subsidiando a *DORE* y *GREGMARK*.

Philles, formada en 1961.

Challenge, formada en 1956.

Rendezvous, formada en 1958.

Origin sound, formada en 1957.

Class Records, formada en 1956.

EBB Records, formada en 1957.

Entre otras.

“Se ha dicho que las discográficas independientes de los cincuenta no tenían la jerarquía empresarial de las grandes compañías, y que por lo tanto tenían una mayor flexibilidad a la hora de cazar y promover nuevas tendencias y talentos, y una mayor capacidad de adaptación para la producción discográfica. En compañías como la *Sun*, el propietario, el productor discográfico, el técnico de sonido y el encargado de promoción a menudo era la misma persona: en este caso Sam Phillips. La década de los cincuenta fue la edad de oro para los sellos independientes, los cuales abarcaron el blues, el góspel, el jazz moderno, el country, el rhythm and blues y el rock and roll. Desde 1948 a 1954, se crearon cerca de un millar de nuevos sellos independientes”.(Shuker, 2005:178).

La historia de las disqueras independientes es amplia y compleja, ha existido un gran número en todo el mundo, y en diferentes puntos de la orbe surgen día a día nuevos sellos. Y es que, para ser independiente, solo es necesaria su creación y que se mantengan al margen de las grandes corporativas. El ser independiente significa realizar la adquisición, promoción y grabación de los discos de forma alternativa a las disqueras grandes.

Parte de la importancia de las compañías discográficas independientes radica en su flexibilidad e innovación en cuanto al catálogo de músicos, así como la relación que se le tiene con el surgimiento de nuevos géneros musicales. Y estas virtudes de las independientes son las que adquieren una importante cuota en el mercado, que se refleja

en sus ventas, como es el caso de la *Motown Records*, también conocida como *Tamla-Motown*, de origen estadounidense y fundada en enero de 1959, especialmente se dedica a la música negra, y con ello consigue su propia identidad musical: el *Motown Sound*, estilo que tuvo su auge en los sesenta.

Es necesario señalar que los sellos independientes suelen ser asociados con la aparición de nuevos estilos musicales, por ejemplo, la disquera *Sub Pop* y el género grunge; *Def Jam* y el rap; *Stiff* y el punk británico; *Creation* y el britpop; *DFA* y el disco punk; *Rough Trade* y el postpunk y el rock alternativo, entre otras.

“Entre los años 1981 y 1991 hay un creciente auge del movimiento indie en Estados Unidos, con sellos como SST, Dischord, Touch&Co, Sub Pop, Slash, Taang!, Frontier, Posh Boy, Coyote, Alternative Tentacles, Dangerhouse, Bar/None, Pith-a-Tent, Wax Trax, entre muchísimos otros, pero también se multiplicaron los fanzines, órganos informativos de la escena independiente por antonomasia” (Paredes, 2006:22).

Asimismo, los sellos independientes han dado momentos de luz a la historia de la música, sin los cuales esta expresión artística no sería la misma. Entre los que podemos mencionar están: en 1954 la independiente *Sun* graba a Elvis Presley, y con ello da inicio del rock and roll; en 1968 Apple Records es fundada por The Beatles, para ser la disquera de los derechos de sus álbumes y ser independientes a nivel creativo y en la toma de decisiones; en 1978 se crea *Factory Records*, la cual aporta nuevos estilos musicales (el sonido Manchester) a la escena del rock, además de expresar la importancia de la independencia en su forma de producción y creación discográfica; en 1991 la independiente *DGC Records* saca al mercado musical el disco *Nevermind* del grupo Nirvana, el cual obtuvo en pocas semanas un disco de oro por sus ventas y, poco después, superó a Michael Jackson y su disco *Dangerous*, en los charts (posición de conteo de lo mejor) de las revistas y medios de comunicación; para finalizar podemos mencionar a la *Sub Pop* la cual produce el disco *Give Up* del grupo The Postal Service, el segundo más vendido en la historia de la disquera (el primero fue el Bleach de Nirvana) con más de 650.000 copias vendidas y disco de oro. Este obra fue un fenómeno musical dentro de las estaciones de radio de las preparatorias y las redes sociales vía internet; éstas últimas sirvieron para darle difusión a un material

independiente que no cuenta con los medios que tienen los productos musicales de las *majors*.

Otras producciones discográficas de importancia para la historia de la música son: *Daydream Nation* (1991) de Sonic Youth y Enigma Records, *Slanted and Enchanted* (1992) de Pavement y Matador Records, *Let It Be* (1984) de The Replacements y Twin/Tone Records, *Surfer Rosa* (1988) de Pixies y 4AD, *Loveless* (1991) de My Bloody Valentine y Creation, *The Velvet Underground* (1967) de The Velvet Underground y Verve, *The Smiths* (1984) de The Smiths y Rough Trade Records, *Murmur* (1983) de R.E.M. e IRS Records, *You're Living All Over Me* (1987) de Dinosaur Jr y SST Records, *Zen Arcade* (1984) de Hüsker Dü y SST Records, *White Blood Cells* (2001) de The White Stripes y Sympathi For The Record Industry, *Funeral* (2004) de Arcade Fire y Merge Records, entre otros. Todos estos discos son obras de valor histórico para la música, aportaron nuevas formas de creación sonora, y en la actualidad son fuente de información para los nuevos grupos que están por producir sus álbumes.

En este contexto, es necesario mencionar que las independientes no están en completa pelea con las *majors*, como se podría pensar, ya que las indies suelen tener convenios con algunas de las “grandes”, ya sea para maquilar o distribuir sus producciones. En algunos casos, las independientes son absorbidas por las *majors*, y a veces permanecen con la misma forma de trabajo de cuando producías solas, y en otras ocasiones cambian su manera de trabajar, sólo hacen uso de la reputación del nombre de alguna *major* para producir los músicos que ellos desean.

Asimismo, algunas de las grandes discográficas fundan sub sellos, los cuales funcionan y tienen la imagen de ser sellos independientes, pero al final obedecen a los intereses de las empresas corporativas. La diferencia de estos sellos discográficos es que son un híbrido, donde su catálogo y producción es más flexible y por lo tanto abre sus puertas a las diferentes propuestas musicales, pero en el fondo obedecen a los intereses de la *major* a la que pertenecen, además de estar en riesgo constante de desaparición si no reeditúan económicamente.

Las disqueras independientes nos son nuevas dentro de la industria cultural, su historia es importante para la música, como se ha mencionado en la pequeña reseña de la historia de la *indies*, por lo que su aportación musical va más allá de la creación de sonidos, ya que se han incorporado a la cultura. Su música ha sido parte del nacimiento y desarrollo de movimientos culturales juveniles, que permanecen en lo subterráneo y contracultural; son una alternativa de forma de vida, como el movimiento punk (de ahí la principal ideología de las *indies*, el DIY, Do It Yourself,) los *mod's*, *rocker's*, *grunger's*, *dark's*, *gothic's*, etc.

De tal manera, las disqueras independientes se caracterizan por no ser parte de la *majors*, por contar con bajo presupuesto económico para sus producciones, por sus maneras particulares de ejercer la distribución y difusión, pero sobre todo por su gran peso ideológico del que están permeadas sus obras discográficas que producen.

La ideología que expresan en cada ruido producido nos indica la libertad de pensamiento, la lucha en contra de lo establecido, el orden, la hegemonía, el poder; por ello, cada obra que se produce bajo algún sello independiente es una muestra de resistencia, de que la vida puede ser diferente. Y al igual que cualquier otro medio de comunicación independiente, como los fanzines, revistas, periódicos, programas de radio y televisión, portales de internet, están en constante lucha por sobrevivir para continuar siendo portavoces de una infinidad de ideas y personas que habitan este planeta.

Y en cada disco de acetato, cassette, disco compacto, medio electrónico ó en cualquier otro formato en el que está almacenada la música independiente, se encuentra un sinfín de valores ideológicos que se resisten a ser callados y olvidados, predominando el valor de la libertad hacia la vida y el pensamiento; manifestando y ejerciendo la independencia del ser humano y sus sonidos ante el sistema y poder (económico, político, social y cultural) que pretende hegemonizar a la sociedad en general. Frente a este panorama, las *indies* suenan y se escuchan cada día más fuerte; sus sonidos florecen con mayor potencia y mejor calidad, y serán difíciles de silenciar.

3.2 Funcionamiento de las compañías discográficas independientes

El invento y desarrollo de la grabación vino a quebrantar la presentación del músico y su acto en vivo, con lo que el show, solo sería el recurso de promoción para darse a conocer o en su defecto para difundir el material discográfico.

La grabación musical es el congelamiento del sonido, la retención y el registro de la composición musical, y su importancia radica en que el disco está por encima del acto en vivo del músico, de tal manera, que sin el disco el músico no existe. El músico reinterpreta lo más fielmente posible el disco, y éste es el producto principal de la industria musical. “La grabación, no es sólo una mutación de las condiciones tecnológicas de audición de la música. Es también una transformación muy profunda de la relación con la música. Ciertamente, la repetición en serie del objeto-música se apoya ampliamente en la representación y allí encuentra lo esencial de su material sonoro” (Attali, 1995:128).

El disco en su función de registro sonoro tiene el privilegio de la reproducción, la repetición, el cual una y otra vez (sin importar el número de veces que se ha escuchado) puede oírse. El acto de reproducir múltiples ocasiones el mensaje legitima lo que se produce. Por esta razón, grabar sonidos es un medio de control social, un objetivo empresarial y político, donde se desarrollan discursos que obedecen a ideologías de dominación social e intereses de quienes los crean.

Así, el poder (económico y político) además de registrar los sonidos, también los reproduce dirigiéndolos a las sociedades que gobiernan, para legitimar los mensajes de hegemonización que produce. En esta actividad constante de producción y reproducción hay ruidos que se logran filtrar, los cuales están en contra de lo establecido y la dominación de la sociedad. Los elementos acústicos que se filtran e insertan como interferencia ante la sintonía del mundo, son producidos por las disqueras independientes y su funcionamiento es importante para que cumpla su labor de producción y reproducción de mensajes.

Las compañías discográficas independientes navegan a contracorriente de la gran industria discográfica; su inversión económica no se compara con la de las *majors*, existe una gran carencia de capital social, lo que dificulta más la operación de distribución y difusión del material fonográfico, por lo que el funcionamiento de las *indies* es complejo. Sin embargo, es necesario mencionar que las *indies* no tienen como objetivo obtener ganancias económicas o reeditar lo invertido, ni mucho menos obtener la popularidad o reconocimiento del gremio musical, en esencia las *indies* buscan la calidad del trabajo y la actitud que se tomará ante éste.

El funcionamiento de las *indies* muestra un trabajo digno, donde los trabajadores o participantes de la independiente se comprometen y esfuerzan en cada producción que realizan; cada fonograma que llega a las manos de un consumidor es una batalla ganada: cuenta una historia de sacrificio y barreras que se tuvieron que sortear. Y en ocasiones se disfruta del respeto y admiración por el trabajo realizado, lo cual es remunerado y con el tiempo recordado. “En general se considera que la ambición es la fuerza impulsora de los hombres y las mujeres que se hacen a sí mismos, pero el desarrollo de todo talento implica un elemento de habilidad, de hacer bien algo por el hecho mismo de hacerlo bien, y es esta habilidad la que da al individuo el sentido interior de respeto por sí mismo” (Sennett, 2003:27).

En capítulos anteriores se ha detallado el funcionamiento de las compañías discográficas, el cual muestra una infraestructura fuerte y sólida, además de un complejo organigrama de trabajo, donde se emplean docenas de trabajadores, que realizan funciones detalladas y puntualizadas para lograr el éxito de la empresa.

A diferencia de las *majors* las *indies* cuentan con una pequeña infraestructura y pocos recursos económicos y sociales: su plantilla de empleados es irregular, por lo que dependiendo del tamaño (recursos económicos) de la independiente es el número de empleados; hay *indies* que cuentan con 4 empleados, incluyendo al dueño, hasta los que se pueden igualar con una *major* en su plantilla.

En general el organigrama se realiza conforme al número de empleados con los que cuenta la *indie*, y entre las básicas podemos encontrar:

1) *Presidente o Director General*

La persona que se encuentra en este puesto del organigrama es básicamente quien dirige el funcionamiento de la *indie*, por lo regular siempre es el dueño o el socio con el mayor capital invertido en la empresa. Él dirige todos los departamentos y empleados del sello discográfico, así como la toma de decisiones finales de la productora. Por lo general es la cabeza quien indica que sonido en particular debe producir la discográfica, así como los valores, objetivos y metas que debe de tener el sello discográfico.

2) *Gerente de Marketing*

Es el encargado de comercializar el producto una vez realizado, maneja la parte económica de la *indie*, como costos de publicidad, difusión, maquila, venta del producto, etc. Desde este puesto también se diseñan las estrategias para promocionar los productos y las campañas publicitarias que se necesitan.

3) *Dirección Artística y Repertorio (A&R)*

En resumen el encargado de este puesto es el llamado “busca talentos”, el cual conoce la escena musical a la perfección y visita los diferentes lugares (antros, bares, cantinas, pubs, foros culturales, auditorios, etc.) donde comienzan a tocar a las nuevas bandas, y las recomienda a la disquera.

El A&R busca a los grupos de música que vayan afín con los sonidos que produce la *indie*, y los guía en el proceso de la construcción del material fonográfico; analiza y estudia al grupo de música, para poder canalizarlos con el productor y estudio de grabación que mejor les convenga en el desarrollo de los sonidos, así como también en el proceso del arte del disco. En conclusión, el A&R construye y moldea el producto final, para su mejor comercialización.

4) *Label Manager o Gerente del Producto*

Es la persona que trabaja en conjunto con los managers de los grupos, para diseñar los planes de trabajo y las estrategias de promoción, como pueden ser las presentaciones en radio, televisión, portal de internet, etc. así como conciertos. Además está en constante comunicación con los departamentos de *marketing* y promoción.

5) *Área de Ventas y Distribución*

Estas áreas son las encargadas de establecer los puntos de venta, en los cuales se distribuye el material fonográfico, para su comercio. También estas áreas se encargan de ponerle el precio final al producto, así como de la contabilización de la mercancía vendida, créditos, ventas, descuentos, ofertas, cobros, regresos de mercancía, etc. Además, coordina las campañas de lanzamiento y difusión junto con el departamento de *Trade Marker* que se realizan en las tiendas de discos, como la colocación de posters, carteles y *displays* de los grupos, para atraer a un mayor número de consumidores.

6) *Área de Promoción*

Esta área tiene contacto directo con los medios de comunicación masiva, como son la radio, televisión y prensa, para dar a conocer el producto-disco y al artista. De tal manera que realizan planes de trabajo y rutas estratégicas que fortalezcan el material fonográfico. En su trabajo está el posicionamiento del disco en el presente y en el futuro, así como la responsabilidad de competir con los demás fonogramas y ventas del mercado.

Estas son las posiciones básicas que operan una disquera independiente. Es necesario mencionar que colaboran con otras áreas de trabajo o personal que no pertenecen a la disquera, para la producción del fonograma.

Entre las áreas de trabajo ajenas a las *indies* están: los estudios de grabación, maquiladoras de discos, tiendas de música, representantes artísticos (*management*,

managers y booking) y las editoras de música, en el capítulo dos se abordó su funcionamiento.

Las *indies* tienen menos departamentos de trabajo en comparación con una *major*, esto se debe al pequeño presupuesto económico que se invierte lo cual se refleja en la disminución del personal. Y como se mencionó anteriormente, hay *indies* que cuentan con una plantilla de 4 trabajadores y otras con una estructura similar a la de las *majors*. Los departamentos del organigrama y personal es desigual dentro de las *indies*, no hay una base o estructura dictaminada para la formación de una *indie*.

Anteriormente se mencionaron seis departamentos o puestos que conforman una *indie*, pero éstos pueden variar, así como su personal, por ejemplo en algunas *indies* que cuentan con pocos empleados, algunos pueden ejercer el trabajo de dos departamentos, e inclusive existen *indies* donde el dueño hace todas las funciones, y tiene el tiempo suficiente para ser ingeniero de grabación del grupo o diseñador del arte del disco.

Las *indies*, también se dedican a la difusión y distribución del material fonográfico, con lo que quedan al margen del proceso de grabación y producción de la música. Estas disqueras pequeñas esperan el material grabado por parte de los grupos para analizarlo y darle el respaldo de su sello para la maquila, difusión y distribución del material.

La funcionalidad de una disquera independiente suele ser variada, algunas *indies* se comprometen desde el proceso de producción hasta la venta del material fonográfico; otras solo intervienen en algunos de los procesos de producción, difusión y distribución del disco. Todo depende de los objetivos e intereses de las *indies*. De tal manera, existen pequeñas disqueras independientes que cuentan con tres producciones discográficas hasta las grandes que cuentan con más de 2 700 discos en su catálogo, como es el caso de la estadounidense *Smithsonian Folkways Recording*, y las que cuentan con distribución a nivel mundial como *Matador Records*.

Existen *indies* que maniobran y se pueden comparar con alguna *major*, su funcionamiento y estructura es similar a las grandes, “la operación de las independientes y la naturaleza precisa de sus relaciones con las grandes compañías ha sido muy

debatida. Por ejemplo, en una investigación sobre *Was Trax! Records*, un sello de industrial dance con sede en Chicago, Lee sostiene que en la expansión del mercado y los necesarios vínculos con las grandes compañías para la distribución, tales indies adoptan cada vez más las prácticas de negocios de las grandes compañías, y en el proceso se apartan de sus tradicionales objetivos culturales de artisticidad y creatividad” (Shuker, 2005:178).

En algunos casos las fronteras entre las *indies* y las *majors* suelen desvanecerse, más cuando se analizan *indies* como la británica *Rough Trade Records* y su amplio catálogo de estrellas del rock como The Strokes, The Libertines, The Smiths, Super Furry Animals, Jarvis Cocker, etc., y *Creation Records* y la carrera de *Oasis* en los noventa, por lo que su impacto social y las ventas de discos puede compararse con cualquiera de las *majors*, teniendo como resultado que estas *indies* cuenten con un gran poder económico y gozan de gran prestigio en todo el mundo.

También, es necesario no dejar de lado, los negocios que existen entre las *indies* y las *majors*, como pueden ser los servicios de grabación, maquila, difusión y distribución que las *majors* ofrecen a las *indies*. Y por supuesto los fichajes o ventas de grupos que pueden hacer las *indies* a las *majors*, una vez que un grupo de su catálogo es popular o de proyección mundial.

Asimismo, existen negocios entre las *indies*, como de maquila, difusión y distribución del material discográfico, y cuando el proyecto musical lo requiere (que el grupo es de gran impacto social y por lo tanto se necesita de una mayor producción y apoyo económico) se hacen alianzas entre los sellos independientes, para solventar las necesidades de la producción, así como la difusión y distribución del material fonográfico.

En conclusión, el funcionamiento de las *indies* tiene mucho que ver con los objetivos y metas que se trazan, así como del capital económico invertido, por lo que no existe una guía o manual de cómo debe funcionar una *indie*, sino lo que se busca es que cumpla con las funciones de producción, distribución y difusión del fonograma, para la subsistencia del sello independiente y la continua producción de obras fonográficas.

3.3 Prácticas de las compañías discográficas independientes

Las disqueras independientes están en una constante lucha por continuar produciendo materiales fonográficos, y en su funcionamiento y prácticas está el éxito de la disquera, por lo que su constante renovación de procedimientos y métodos da como resultado que las *indies* puedan ser competentes, ante las *majors*, en la industria musical.

De tal manera, además del funcionamiento que hay en una disquera independiente, otros factores importantes para la *indie* son las prácticas que se ejercen, debido a que la mayoría de las *indies* carecen de capital económico y social. Las prácticas son de vital importancia para solventar la carencia de capitales (económico y social), especialmente en los campos de producción, difusión y distribución del material fonográfico.

Cabe señalar que las disqueras independientes surgen con el abaratamiento de la tecnología, que sobre todo a lo largo de los 80's en países como Inglaterra y Estados Unidos, se puso al alcance de todas las condiciones de producción. "Las nuevas tecnologías facilitan varios *modus operandi* de grabación y producción musical que prescinden de los grandes estudios fonográficos: desde las prácticas <<hazlo tú mismo>> [do it yourself o DIY] y <<cortar y pegar>> [cut n' paste]- características del punk, del bricolaje vernáculo y de movimientos artísticos previos que usaron el collage- hasta los estudios de grabación caseros, cada vez más sofisticados" (Yúdice, 2007:27).

A partir de que la tecnología se desarrolló en el ámbito de la grabación de sonidos y se puso al alcance del público, se creó una industria del disco independiente, que se ha ido consolidando conforme las nuevas tecnologías⁵, además de generar nuevas propuestas en la industria musical y lo que conlleva el sistema de la producción fonográfica.

⁵ El concepto de nuevas tecnologías hace referencia a los últimos desarrollos tecnológicos y sus aplicaciones, y se centran en los procesos de comunicación, específicamente en las áreas de la informática, el video y la telecomunicación.

De tal manera las nuevas tecnologías han ayudado en el desarrollo de las *indies*, específicamente en las áreas de producción, difusión y distribución de los fonogramas. Por lo que, la gente que está inmersa en la industria musical independiente, está asociada con estos medios tecnológicos. “Los nuevos medios atraen a los innovadores, a los iconoclastas y a las personas que se arriesgan, de modo que algunas de las mentes creativas más activas emplean su tiempo jugueteando con las nuevas tecnologías” (Manovich, 2005:15).

Las nuevas tecnologías y su constante desarrollo han permitido que las *indies* puedan ahorrar capitales económicos y sociales, y su uso en las prácticas de producción, distribución y difusión, permite que estas disqueras sean una propuesta viable en la construcción y desarrollo de una industria cultural. “Es precisamente esta novedad la que hace de los nuevos medios un lugar interesante para la obra de los productores culturales, al representar una constante frontera en movimiento para la experimentación y la exploración. Aunque se piensa en los nuevos medios de la misma manera que se piensa en los viejos, la verdad es que son medios que están libres, al menos hasta cierto punto, de las restricciones tradicionales. (Manovich, 2005:15)

A continuación señalaremos las prácticas de la *indies* y su relación con las nuevas tecnologías:

+ *Producción*

El desarrollo de la informática⁶ y los medios computacionales, hardware y software, han facilitado y abaratado los medios de grabación, para los usuarios que desean experimentar con la producción de sustancias auditivas. Desde el inicio de la historia de las *indies*, se les ha asociado con el desarrollo de las tecnologías de grabación, ya que comienzan a surgir a partir de que los equipos de grabación son accesibles (bajos costos) para el público en general.

⁶ La informática es la ciencia aplicada que abarca el estudio y aplicación del tratamiento automático de la información, utilizando dispositivos electrónicos y sistemas computacionales. (Real Academia Española, <http://www.rae.es/rae.html>)

El personal que está asociado con la producción independiente, conoce a la perfección las nuevas tecnologías, en cuanto al equipo de grabación digital, y está en constante actualización de estos medios. Por lo que, se especializa en la operación de software y hardware de grabación de sonido, como son las tarjetas de audio e interfaces, que convierten la señal de audio analógica a digital, para un mejor manejo de grabación, edición, mezcla y masterización del audio, vía computadora. De tal manera, las *indies* son grandes entusiastas de los avances tecnológicos de grabación y experimentan con los diversos programas de audio como son el *Adobe Audition*, *Pro Tools*, *Ableton Live*, *Cubase*, *Nuendo*, entre otros.

A través de las herramientas que ofrecen los programas de grabación de audio como son los *plugins*, filtros, amplificadores de ganancia, creadores de sonidos y ritmos, etc., las *indies* pueden competirle a las *majors*, tanto en su nivel de calidad como de producción, por lo que no solo solventan los gastos de renta de un estudio de grabación, sino que están en un constante descubrimiento y experimentación de sonidos, buscando el ruido perfecto que las distinga ante las demás disqueras.

+ *Difusión*

Es importante señalar que las *indies* son apasionadas de las nuevas tecnologías, a ellas se debe parte de su existencia, por lo que estar al día, en tanto los avances tecnológicos, se vuelve común en los círculos de producción independiente. Es así, que el uso de la Internet dentro de las *indies* no solo es un pasatiempo durante las horas de trabajo, sino que se ha convertido en una herramienta importante para su difusión.

El uso de la Internet y las redes sociales⁷ virtuales, resuelven en gran medida el problema de difusión por el que pasaban las *indies* de décadas anteriores, ya que a falta de capital social y espacios en los medios de comunicación masiva, prensa, radio y televisión, la *web* se ha convertido en el espacio de difusión de las propuestas auditivas que ofrece la industria musical independiente.

⁷ Las redes sociales son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico, entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos. (<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>).

“Un sitio de socialización es un lugar en línea donde el usuario crea un perfil y establece una red personal para conectarse con otros usuarios. En sólo cinco años, según ComScore, que investiga *marketing* en línea, más de mil millones de usuarios han colocado sus perfiles en estos sitios. Estos perfiles incluyen fotos propias, de amigos y de sus celebridades favoritas, música, textos, videos, links, etc. Cada perfil es un mundo intertextual. Los *software* de estos sitios hacen posible mandar invitaciones a otros usuarios con perfiles parecidos, y así se van engrosando con nuevos miembros las listas de adscritos. La heterogeneidad de perfiles supera la capacidad de imaginarse combinaciones de gustos” (Yúdice, 2007:51).

Existen diferentes servicios de red social dentro de la Internet, desde las privadas hasta las públicas, y de intereses y temas en particular, sin embargo entre las más populares se encuentran *Windows Live Space*, *Facebook*, *Hi5*, *Twitter*, *Flickr*, *Orkut*, *Tuenti*; el sitio que se ha especializado en la difusión de música independiente es *Myspace*, por lo que toda *indie* y grupo musical independiente cuenta con su sitio web.

Myspace es creado en 2003 por un joven estudiante, Tom Anderson, un experto en negocios, Chris Dewolfe, con la visión de promover música independiente. Este servicio de red social tiene como característica particular la inserción de un reproductor musical, en el cual se alojan hasta 10 canciones y se puede reproducir el número de veces que se desee. Además de contar con los servicios clásicos de mensajería, blogs, juegos, alojamientos de fotos y video, etc. El tener una cuenta de este servicio de red social e invitar a otros usuarios de esta red a visitar o ser parte “amigo” del *Myspace* de la disquera o grupo, es una posibilidad de difundir el material musical. Para saber más basta con visitar *Myspace*, <http://www.myspace.com/>, y escuchar los sonidos que está generando la escena independiente a nivel mundial, desde tango japonés y salsa iraní hasta el anarcopunk colombiano, géneros musicales que las *majors* no se atreverían a producir.

Las *indies* además de usar *Myspace* (como preferencia) y otros servicios de red social, como medios de difusión de su música que producen, para llegar a más oídos, también se encargan de realizar páginas *web*, donde informan y en ocasiones alojan el

material que producen, escriben acerca de los grupos que pertenecen a su catalogo, y dan información básica de la disquera, como su historia, objetivos, puntos de venta del material discográfico y mercancía, entre otros datos.

Además, de que las *indies* ocupan los diferentes servicios de red social para la difusión de sus materiales fonográficos, también hacen uso de la Internet para darle promoción a sus producciones, ya que hacen vínculos con los medios de comunicación que se desarrollan vía web, como son las estaciones radio, canales de tv por internet, y los medios escritos, como los blogs, los cuales se encargan de las recomendaciones musicales. También, hacen uso del sitio electrónico *YouTube*, para subir (alojar) los videos que realizan de los grupos que están promocionando, para compartirlos y colocarlos a la vista de cualquier cibernauta que desee verlo.

En el 2010, la mayoría de la *indies* realizan su difusión y promoción vía internet, para llegar al mayor número de escuchas y posibles consumidores, sin importar que los medios radiofónicos programen su material y los canales convencionales de videos (*MTV, VH1, MuchMusic, Telehit*, etc.) proyecten sus videos y las revistas especializadas en música hablen de sus producciones. Hoy se puede hablar de que las *indies* han encontrado en la Internet el espacio perfecto para difundir los sonidos que crean, además de adelantársele a las *majors* en el uso de esta tecnología, con la cual le hacen competencia.

+ *Distribución*

El gran problema por el que han atravesado las *indies* a través de su historia es la distribución del material fonográfico, ya que desde sus inicios las tiendas de música les cerraron las puertas, por lo que en un principio se acostumbraba a usar las cajuelas de los coches ó los portafolios como exhibidor del material.

La influencia de las *majors* con las tiendas de discos, también ha sido de gran repercusión para las ventas de material fonográfico independiente, ya que las tiendas de discos les ponen muchas requisitos (cantidad, precio, pagos, etc.) a las *indies* en la recepción de su material y prefieren ocupar sus espacios con los discos producidos por

las *majors* (ya que les reditúa más económicamente), por lo que éstas tienen que optar por otras formas de distribución y venta.

La Internet también es de vital importancia en este proceso para la *indies*, ya que a través de los sitios web que desarrollan se puede levantar pedidos de discos o dar a conocer los puntos de venta del material fonográfico, o informar de algún enlace (link) de tiendas de discos vía internet, la cual se encarga del pedido y hace llegar al cliente el material discográfico. Entre las que podemos mencionar se encuentra *Amazon*, *Mixup*, y *Discoteca*, éstas ofrecen la venta de discos (CD y viniles) vía online, con servicio a domicilio. Asimismo, a través de la Internet existe la distribución y venta de material fonográfico, en formato digital (*MP3*, *AAC*, *FLAC*, etc.) a través de las tiendas online, como *iTunes*, *Napster*, *Amazon*, etc.

También, mediante la *web* las disqueras independientes pueden distribuir sus producciones, tal vez no para venderlas, pero si para que el público en general las escuche, vía *Streaming*⁸, en sitios de Internet como *Last.FM*, *Deezer*, *Goear*, y *Purevolume*.

En algunos casos las *indies* distribuyen su material de forma gratuita desde sus propias páginas de Internet, o en otros medios virtuales como blogs, alojadores de música ó archivos gratis, sitios *web*, etc. Con ello buscan reinventar el negocio musical y recuperar su inversión con la venta de mercancía (playeras, gorras, posters, etc.) y en la venta de boletos de presentaciones en vivo.

Por tanto, las prácticas virtuales que realizan las *indies* son importantes en el funcionamiento de la disquera, ya que el uso de las nuevas tecnologías facilita su desarrollo y el ahorro de capitales económicos y sociales para poder subsistir y competir ante una disquera *major*.

Las prácticas que realizan las *indies* dentro de sus procesos de producción, difusión y distribución, y el manejo de las nuevas tecnologías, nos permiten reconocer

⁸ El Streaming consiste en la distribución de audio o video por Internet. Este tipo de tecnología permite que se almacene en un búfer lo que se va escuchando y viendo. El Streaming hace posible escuchar música o ver videos sin necesidad de ser descargados previamente.

a éstas últimas como medios de creación e impulso cultural, y a las *indies* como una alternativa de industria cultural.

3.4 Las *indies* como movimiento cultural

La música generada por la gran industria musical a través de la historia ha demostrado ser un poderoso factor de homogenización cultural, donde se integran consumos y se normaliza la cultura. Es un medio que hace callar, a partir de los monólogos que producen los grandes corporativos y las instituciones, es la mercancía que anestesia el pensamiento del hombre.

En su contrario, la música producida por las *indies* es una manifestación de resistencia ante la hegemonía cultural, donde se le brinda apoyo a lo “diferente”, y se estimula el pensamiento del hombre. Y más allá de tratar a la música como una mercancía, sus productores saben que es un modo de vida, una actitud, que manifiesta rasgos culturales, y por lo tanto requiere del máximo esfuerzo posible, para continuar generando el mayor número de producciones independientes que se puedan.

La música independiente no solo permanece en la concepción de producto musical, sino trasciende: genera movimientos culturales y da cabida a un sinnúmero de corrientes musicales que expresan diferentes formas de pensar. De tal manera, que la música independiente crea y desarrolla diferentes consumos, valores e ideologías.

En el siglo XXI, la palabra *indie* ha tenido mucho auge en la escena musical mundial, este término ha servido como etiqueta de comercialización, en las últimas décadas ha generado muchas ganancias económicas y es moda dentro del *mainstream*. Por lo que, las *majors* han buscado imitar o copiar el sonido o la imagen de los grupos musicales que se encuentran dentro de la escena independiente.

Alrededor de este fenómeno musical existen muchas versiones de lo que es *indie* y lo que no es; y los debates nunca terminan. Por un lado, se habla de un sonido *indie*, el cual describe a los grupos que tocan similar a los bandas de rock de los 70's (*post punk revival*), y por el otro, se habla del *indie* como el concepto que engloba a toda la música

y sus estilos que genera la industria musical independiente, además de sus formas de producción, distribución y difusión.

También, es necesario mencionar que con el *indie* se ha generado una estética visual que va desde los cortes de pelo y ropa setentera (al estilo *The Strokes*, sacos viejos, pantalones entubados de mezclilla y flecos en el pelo), ropa de boutique de diseñadores independientes, hasta la ropa y accesorios de colores fluorescentes (pantalones, playeras, tenis, lentes, etc.). “Es a través de los rituales distintivos del consumo, a través del estilo, como la subcultura revela su identidad <<secreta>> y comunica sus significados prohibidos. Es en el modo en el que las mercancías son *utilizadas* en la subcultura lo que, básicamente, la distingue de formaciones culturales más ortodoxas” (Hebdige, 2004:143). Los rasgos distintivos antes mencionados, señalan el gusto por el consumo musical producido por las disqueras independientes y la ideología que se genera alrededor del movimiento *indie*.

Es así, que tanto productores de música independiente como consumidores, comparten la ideología *indie*, la cual está inspirada por el *DIY* (*Do It Yourself*, hazlo tú mismo) del movimiento *punk rocker* de los 70’s, que alentaba a los jóvenes de todas las condiciones sociales a formar grupos, para generar sus propios medios de producción, entre los cuales se fundaron sellos discográficos, *fanzines*, líneas de ropa, etc. Con la creación de estos medios y su consumo, por parte de los jóvenes entusiastas con la ideología *indie*, se establecieron usos y valores dentro del sector *indie*, los cuales se ven manifestados en sus prácticas de producción y consumo de música independiente.

En el caso de los grupos musicales con tendencia a la independencia, sus prácticas son fundamentalmente importantes para consolidarse dentro del circuito *indie*, ya que deciden manejarse y actuar por su propia cuenta y no esperan que alguna disquera o “busca talentos” los impulse a salir del *underground*. Los grupos de música *indie*, buscan sus espacios, organizan sus giras, crean colectivos y deciden con que disquera independiente les conviene producir su material fonográfico. Muestra de ello es el grupo newyorkino Vampire Weekend, fundado en 2006, que decidió ser independiente en su totalidad desde el principio. En sus inicios organizaba pequeños conciertos en los auditorios de las secundarias y preparatorias del estado, cargaba con sus instrumentos y equipo de sonido en una vagoneta para hacer su espectáculo en

cualquier espacio que se pudiera, por lo que realizó una gran cantidad de conciertos, teniendo como resultado que fueran mencionados y recomendados en los blogs de los estudiantes que habían asistido a los conciertos que dieron en sus escuelas, y el de boca en boca vía web, fue lo que hizo que Vampire Weekend fuera una de las bandas más populares del 2008.

Desde la década de los 70's muchos grupos de música han optado manejarse por el camino *indie*, y sus formas de autogestión, sin embargo, en la actualidad existe un auge por este modelo de producción musical y los grupos especialmente de rock y sus derivados están realizando y fomentando prácticas dentro del *indie*, como maquilar sus propios discos y venderlos de mano en mano, hacer mercancía con los logos del grupo (playeras y pins), regalar *stickers* al público en general, hacer uso de los medios que ofrece la *web*, como son el uso de *Myspace*, *YouTube*, blogs, etc., con el fin dar a conocer su propuesta musical, además de acumular capital económico para solventar sus conciertos, giras y producciones discográficas.

En México uno de los mejores ejemplos de prácticas *indie*, con éxito, es el del grupo de diseño Austin TV, cada integrante realizaba alguna actividad (diseño de portada o playeras, maquila, *booking*, etc.), con lo que se ahorraban el pago de trabajadores e intermediarios, y las ganancias las reinvertieron en la banda. Con las ganancias compraron una camioneta para sus giras, construyeron un estudio, y maquilaron sus discos, etc. Entre las prácticas efectuadas están tocar en fiestas e ir al mercado del Chopo y traer consigo un discman y su primer demo para convencer a la gente de que escuchara un poco de su propuesta musical. Más tarde, con la producción de su primer disco en forma profesional, usaron otras técnicas, como regalar el producto a diferentes personas (sin algún parámetro en común, al azar) afuera de los conciertos del Palacio de los Deportes y colocar su material fonográfico entre los discos de los muebles o stands de las tiendas de música, para que la gente que los encontrara se los pudieran llevar gratis. Lo que buscaba Austin TV, era ser escuchado por el mayor número de personas posible; y de ahí el éxito que en la actualidad tiene, además del roce internacional al que han llegado (*Coachella 2008*).

También hay bandas de gran renombre internacional que han optado por ejercer las prácticas que ofrece el ser *indie*, como es el caso del grupo británico Radiohead,

donde sus integrantes cansados de los tratos con su disquera *Parlophone Records* decide autogestionarse vía la independencia musical y sacar su álbum *In Rainbows* en la *web* el 10 de octubre de 2007, el cual podía ser descargado gratuitamente o comprado con la cantidad que el usuario deseara pagar. Esta actividad generó miles de discusiones entre especialistas de la industria musical, los cuales pronosticaron la desaparición del formato musical físico y la muerte de las disqueras. Radiohead promovió un trato más directo con sus escuchas, ya que al descargar el disco se pedían los datos de la persona: país de origen, nombre, dirección, etc. Con esta información la banda realizó una base de datos para mantener informados a sus fans acerca de sus conciertos, venta de mercancía (playeras, posters, pins, etc.), próximos lanzamientos discográfico, etcétera. Así, Radiohead encontró en la autogestión una vía para llegar directamente a su público y lograr un comercio justo entre músicos y consumidores.

Otro ejemplo que impactó en el mundo de la música fue caso de Paul McCartney, en 2007, tomó varias opciones y prácticas que la independencia ofrece. Una vez que declaró que no produciría su nuevo material discográfico con su antiguo sello EMI porque le parecía que la *majors* no entendían su mercado, decidió sacar físicamente su material discográfico *Memory Almost Full*, bajo el sello *Hear Music* de la cadena de cafés Starbucks y lo puso en venta digital en iTunes y su propio sitio *web*, además promovió su sencillo *Dance Tonight* posteando el video en YouTube, el cual recibió más de 640.000 visitas de internautas en 10 días. Otros músicos de talla internacional como Nine Inch Nails, The Smashing Pumpkins, Saul Williams, etc., han decidido hacer a un lado a las grandes compañías discográficas para irse por la vía independiente.

La propuesta *indie* es una propuesta que le da el valor a la música, por todos los factores (económico, político, social y cultural) que se genera alrededor de ella, y no solo es una mercancía como lo conciben las *majors*, de tal manera, que los músicos han encontrado en lo independiente valores que en una *major* no, como el derecho a la libre creación, un trato digno para los músicos y un comercio justo entre los creadores y productores de música y los consumidores. “Las disqueras independientes dejan que las bandas sean tan raras o extrañas como lo son naturalmente, ese es nuestro caso, somos un grupo de anormales y por eso sonamos así, estamos orgullosos de serlo” (Kapranos, 2007).

Los consumidores de música independiente también realizan diferentes prácticas en torno a la música *indie*, en su mayoría son melómanos que tienen sus oídos abiertos para cualquier tipo de propuesta musical. Investigan en diferentes medios de comunicación para estar actualizados de las nuevas propuestas de música; entre ellos realizan redes y grupos sociales para compartir material fonográfico y asistir a conciertos.

El manejo de las nuevas tecnologías como internet, es una herramienta básica para el consumidor de música independiente, ya que mediante el uso de ésta pueden conocer las propuestas de *indie* que se están haciendo en cualquier parte del mundo, ya sea escuchando vía *streaming*, comprando, o intercambiando el material fonográfico.

⁹Existen dos corrientes de consumidores de *indie*: los legales y los ilegales, los cuales tienen en común el gusto por los sonidos y ruidos que se producen en la independencia, pero la forma en que adquieren la música los hace diferente.

En primer lugar, están los consumidores legales, los cuales son conscientes de la difícil situación de la subsistencia de la industria discográfica independiente, y en apoyo al *indie* consumen los materiales fonográficos originales y pagan su precio, ya sea comprando físicamente el disco o vía descarga. También adquieren objetos y mercancía de las bandas, como son playeras, sudaderas, pins, posters, etc., y están al tanto de los conciertos que realizan los grupos. En caso de que el material fonográfico no tenga distribución en el lugar donde se encuentran o no esté en venta en alguna tienda virtual, se recurre en última instancia a la descarga ilegal del material.

El segundo grupo de consumidores de música independiente, son los ilegales, los cuales a pesar de su consumo ilícito son melómanos y al igual que los legales, están informados de los nuevos grupos y discos de la industria independiente. También asisten a los conciertos para apoyar a las bandas y de vez en cuando compran su mercancía. Y el internet, es básicamente la forma en que adquieren el material discográfico, a partir del sistema *Music 2.0* ó descargas en algún alojador de archivos.

⁹ Las categorías son generadas por el autor de esta tesis, a partir de un análisis del estudio de consumo de la música.

Mientras los consumidores legales de música independiente, adquieren su material mediante el sistema *Music 1.0*, el cual consiste en que un servidor o tienda virtual envíe el archivo digital al consumidor a cambio de alguna suma de dinero, el sistema *Music 2.0* elimina a los servidores o tiendas virtuales e impulsa el modelo P2P (*peer to peer*, usuario a usuario), sin clientes ni servidores fijos, sino es una serie de nodos que comparten e intercambian información directa (archivos mp3, wav, flac, etc.) entre dos o más usuarios que estén interconectados mediante programas de distribución gratuita como *BitTorrent*, *Ares*, *LimeWire*, *Kazaa*, *eDonkey*, *eMule*, *SoulSeek* entre otros. “Durante mucho tiempo, la industria no fue capaz de ofrecer alternativa alguna a las descargas P2P, lo que incidió en una fortísima popularización de éstas. Al día de hoy, las descargas P2P son un modelo fuertemente arraigado en la comunidad de usuarios de Internet, que en muchos casos son utilizadas incluso cuando las obras están disponibles de manera gratuita” (Dans, 2009:5). Muestra de ello es el caso del grupo Radiohead y su disco *In Rainbows*, el cual al día siguiente de haberse puesto en el sitio web, y a pesar de que se ofreció la descarga gratuita, lo bajaron 240.000 veces vía *Bittorrent*.

Además de las descargas vía P2P los consumidores de *indie* recurren a páginas web de descarga directa o alojadores de archivo como son *RapidShare*, *MediaFire*, *Megaupload*, *Bandongo*, *4shared*, etcétera, esto ha generado en la industria musical muchas pérdidas económicas, tanto que asociaciones como la RIAA (Recording Industry Ass. Of America) han llevado a cabo demandas en contra de colectivos o usuarios que descargan música vía P2P o *hosting* (alojador de archivos), como desincentivo para frenar las descargas ilegales, motivo para que los consumidores de música generen más apatía y negatividad hacia las empresas de disco.

Sin embargo, a pesar que hay una cacería constante en contra de los usuarios que descargan música ilegalmente, estos últimos inventan nuevas formas para seguir obteniendo archivos de audio, ya que se han apropiado del uso de red y la conocen a la perfección.

La red además de ser un medio de descarga de música digital, un medio de difusión y distribución de música, también se ha convertido en un medidor de

popularidad o éxito para las bandas, ya que los usuarios de la red pueden determinar que tan buena es la propuesta musical, (aquí ningún medio de comunicación masiva “con payola” interviene), y ellos mismos son quienes deciden el éxito del grupo, como es el caso de la banda inglesa Artic Monkeys, formada en 2002. Sus fans, a los cuales les habían regalado *demos* en sus primeros conciertos, crearon la primera página oficial de la banda, subiendo su música a la red y encargándose de la difusión del material y próximos conciertos. Con lo cual, como presagio de los primeros escuchas de la banda serían un éxito mundial de esta década. Y a pesar de que se resistieron por varios años a firmar contrato con alguna disquera *major* o *indie*, ya que no les interesaba porque su música estaba llegando a los oídos de muchas personas sin necesidad de un “intermediario” firmaron contrato discográfico en 2005 con *Domino Records*, posteriormente hicieron giras mundiales y ganaron premios con su álbum *Whatever People Say I Am, That's What I'm Not* como el Mercury Price y el Brit Award, ambos en 2007. Es así, que a Artic Monkeys se les conoce en los grupos sociales consumidores de *indie* como el primer grupo de atención pública vía internet y “la banda que pudo haber cambiado el mercado de la música”.

Como se ha podido observar, los grupos, comunidades y personas que están introducidos en la música independiente (gusto, consumo, producción, creación, etc.) y lo que se genera alrededor de ella, están familiarizados con el uso del internet y los servicios de redes sociales, por lo que, sus prácticas principalmente están orientadas hacia una cultura digital, y las posibilidades que ofrece ésta para difundir las propuestas de la industria musical independiente. Aunque, también es necesario mencionar que aún se siguen realizando prácticas que en los 90's se llevaban a cabo en torno a la difusión y distribución de música independiente, como la repartición de fanzines de mano en mano y las estaciones de radio subterráneas y estudiantiles (*college radio stations*).

Es así que a través de esta pequeña descripción de prácticas, usos y costumbres, que se han ido construyendo alrededor del *indie*, se conocen las ideologías y valores que los creadores y consumidores de música independiente han adquirido, y de las cuales se han apropiado, y ésta a su vez se han convertido en rasgos culturales que particularizan a las personas que gustan de esta música.

En conclusión, la ideología *indie* se rige bajo la libertad de creación, la autogestión y su constante lucha en contra de los sonidos que hegemonizan a la sociedad, por lo que realizan prácticas que con el tiempo se vuelven costumbres a favor de la difusión, distribución y subsistencia de este modelo de producción musical.

Capítulo 4. Las compañías discográficas independientes en la Ciudad de México



Capítulo 4. Las compañías discográficas independientes en la Ciudad de México

4.1 Surgimiento de la industria musical independiente

La industria musical independiente, como antes se ha mencionado, surge en Estados Unidos desde los años 20's y toma fuerza en los años 50's con un sinnúmero de disqueras, en los 70's ya en Europa se comienza a hablar mucho de las independientes y se vuelve una opción viable y hasta de estilo en los 80's, para finalmente convertirse en boom y moda en el inicio de esta década.

Dentro de la producción independiente se puede encontrar una diversidad de estilos, géneros o etiquetas musicales que se producen en toda la orbe, que va desde las producciones profesionales de *world music* (música del mundo) hasta las grabaciones caseras de alabanzas cristianas, pasando por los fonogramas de superación personal hasta llegar a las meticulosas grabaciones de *progressive jazz*, de tal manera que hay un sinnúmero de sustancias auditivas que se crean desde la independencia, sin embargo el género rock y sus derivados son los que predominan en este tipo de producción fonográfica.

El modelo de producción independiente ha aportado al rock el espacio necesario para su desarrollo adecuado, ha sido el campo de experimentación sonora que ha alojado los sonidos que surgen del rock, y ha entendido el tratamiento que se debe de dar a este género, de tal manera que la industria musical independiente y el rock han ido de la mano a través de su historia para su subsistencia, ya que comparten los mismos valores e ideologías, “la música independiente, “indie”, es sinónimo de marginado. Es una música rebelde que lucha contra la indiferencia” (Kapranos, 2007).

El rock en México, como se mencionó anteriormente, se ha desarrollado lento a comparación de otros países, y parte de la responsabilidad se debe al poco apoyo que ha tenido el rock mexicano, tanto por parte de las disqueras, como de los medios de comunicación (radio, televisión y prensa) y del Estado mexicano, el cual en algún tiempo prohibió su ejecución en vivo en espacios públicos y privados.

El rock mexicano desde sus inicios ha estado en el subterráneo y en una constante lucha en contra del poder. Aunque en un principio, las bandas de los 50's eran producidas y creadas por las grandes disqueras de ese entonces, en los 60's con la incursión de los grupos provenientes del norte las disqueras se interesaron muy poco por el género musical, por lo que no se les apoyaba en su totalidad. Más tarde en los 70's se comenzarían a crear pequeñas producciones fonográficas independientes como la de El Ritual y Peace and Love para la independiente Cisne-Raff en 1971, Tinta Blanca en 1973 también para Cisne-Raff, entre otras.

También comienzan a surgir disqueras independientes que se interesan por otros estilos de música como Discos Pueblo, fundada en 1973, la cual se dedicaría a la difusión de música folclórica (en 1983 se transforma en Fonarte Latino). Más tarde en el 1981 nace una de las propuestas independientes más importantes en la industria musical en México, Ediciones Pentagrama, la cual produciría desde sones jarochos, jazz, música para niños, rock, boleros, trova tradicional hasta tango, convirtiéndose en una de las propuestas más importantes en la historia de la industria musical independiente en el país con más de 650 títulos en el mercado. Estas disqueras influenciadas por sus antecesoras de los 60's, como son: Peña del Pesebre, Fallerou, Peña del Chef Negro y en los 70's Nueva Cultura Latinoamericana, Nueva Voz Latinoamericana y Discos Fotón.

Durante los ochenta surgen algunas propuestas de sellos independientes, interesadas en los grupos y estilos musicales que a las grandes empresas de música no les importaba, con una ideología reivindicativa de la independencia respecto a lo establecido de las productoras de fonogramas. Cabe señalar que “a finales de la década de los ochenta, la gran industria discográfica mexicana descubrió que el rock mexicano también vendía. Sin embargo, una vez más fueron pocas las bandas que pudieron ser fichadas por los grandes sellos. También entonces, la mayoría de la producción musical, y casi siempre la más interesante, se realizaba mediante grabaciones independientes” (Paredes, 2006:25).

A partir de los 80's la propuesta fonográfica independiente en México comienza a ser una oportunidad para todos los músicos marginados, y aunque los sellos existentes

aun no eran de carácter profesional, ni tampoco eran los suficientes para cubrir la demanda de la creciente oferta de música que se estaba generando en el país, el camino independiente, solía ser un analgésico para todos los músicos que deseaban algún día ser producidos por alguna disquera.

En el caso del rock mexicano, éste no estaría lo suficientemente consolidado en el mercado musical como para ser tomado en serio por las grandes compañías discográficas como lo sería el rock en español que se generaba en Argentina o en España. Sin embargo, es necesario mencionar que el rock argentino se fortaleció no por ser bueno o de calidad, sino después del conflicto de las Islas Malvinas entre Argentina y el Reino Unido en 1982, ya que se generaron un sinnúmero de políticas entre las que destaca la reivindicación de su cultura y el bloqueo de las formas culturales exteriores, como el abstencionismo de la música en idioma inglés, motivo para que el rock en español que se hacía en los 80's en Argentina se consolidara. En España su rock se hizo más fuerte a finales de los 70's con la movida madrileña, la cual fue influenciada por el movimiento punk y las culturas *underground* que se desarrollaban en Europa. De tal manera, que en ambos países el rock estaba consolidado lo suficiente para que las disqueras invirtieran sus capitales en él.

Es así, que a mediados de los 80's a pesar de que en México las disqueras aun no ofrecían muchas oportunidades para el rock nacional, se decide importar rock en español desde Argentina y España. Y el sello discográfico BMG Ariola decide poner en marcha el proyecto Rock en tu Idioma, el cual consistía en un disco que recopilaba canciones de diferentes grupos de rock en español, y trajo a México una infinidad de grupos españoles y argentinos como Enanitos Verdes, Soda Stereo, Virus, Charly García, GIT, La Torre, Raul Porchetto, y del viejo continente a Radio Futura, Miguel Ríos, Veni Vidi Vici, La Trinca, La Unión, Danza Invisible, Alaska y Dinarama, Hombres G, Nacha Pop, Duncan Dhu, entre otros. Y con ello, se le permitió a algunas bandas mexicanas dar a conocer algunas canciones de su repertorio, como es el caso de La Maldita Vecindad y Los hijos del Quinto Patio, Caifanes, Neón, Los Amantes de Lola, Fobia, Rostros Ocultos, Bon y los Enemigos del Silencio, etc.

En esta década también se creó el sello independiente Comrock, refiriéndose a “rock comercial”, la cual fue coordinada por Ricardo Ochoa guitarrista de Kenny y Los

Eléctricos. Entre sus producciones se encontraban grupos como Ritmo Peligroso, Mask, Los Clips, Punto y Aparte y Kenny y Los Eléctricos.

En los años 90's el camino del rock y las disqueras independientes y subsellos tomarían una mejor dirección, ya que se unirían para trabajar en la producción de rock nacional. Como es el caso de Culebra Records, subsello que perteneció a BMG, los cuales habían realizado el trabajo de Rock en tu Idioma, decidieron producir bandas mexicanas como La Cuca, Santa Sabina, Tijuana No, La Concepción de la Luna, La Lupita, La Castañeda, etc.

En esa década el rock se desarrolló un poco más, especialmente porque pudo difundirse masivamente, se abrieron espacios culturales para el desarrollo de este tipo de música, como los eventos masivos en el Zócalo de la Ciudad de México, en Ciudad Universitaria, Preparatoria Popular Fresno y cualquier otro lugar, como los deportivos. En su mayoría impulsados por el Jefe de Gobierno del Distrito Federal en turno (Ing. Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano y Rosario Robles Berlanga), colectivos y organizaciones, así como de empresas refresqueras, de deportes y promotores, quienes vieron en el rock una manera de atraer a los jóvenes, para sus beneficios específicos.

Otros subsellos que en los 90's se unieron a la aventura de la producción musical fueron El Mazo, que perteneció a Sony, con grupos como Babasonicos, Los Tres, Sekta Core, La Dosis, Desorden Público, La Nao, etc., y Discos Manicomio, de Universal Music México con bandas como Control Machete, La Gusana Ciega, Resorte, Estrambóticos, Illya Kuryaki and The Valderramas y Zurdok. Estos sellos tenían en común que eran subsellos que funcionaban con el dinero de su casa discográfica (*major*), con un presupuesto pequeño, y tenían la libertad de firmar grupos y producirlos como mejor les pareciera. Sin embargo, aunque estos subsellos tenían la voluntad de realizar buenas producciones y continuar con su trabajo, finalmente la *major* era la que decidía que tan remunerable era y el futuro de ésta, por lo que su tiempo de vida fue muy corto, “los años noventa quedaron como la década en que las bandas fichadas volvieron a la independencia, a la vez que los nuevos grupos aspiraban cada vez más a sacar su trabajo por vías independientes, ya con una actitud reivindicativa” (Paredes, 2006:25).

Más tarde vinieron otros intentos de subsellos, con fachada de *indie*, como Discos Termita de Sony Music México, entre su catálogo de bandas se encontraban Pink Punk, Yucatan A go go, Lady Bombón, Ultrasonicas, Enter y Bucho. Y uno de los intentos más pretenciosos de la producción discográfica, Suave Records del Grupo Omnilife, el cual contaba con músicos de la talla de Oso (Joselo de Café Tacvba), Fantastic Plastic Machine, Volován y licencias de maquila y distribución de grupos extranjeros como Ladytron.

También se crearon disqueras completamente independientes a cualquier *major*, las cuales decidieron dar apoyo al rock y sus sustancias auditivas, entre ellas se encontraban Opción Sónica y su gran catálogo de grupos como Gula, Voltio, Dios Revolver, Lost Acapulco, Julio Revueltas, Cráneo de Jade, Los Ezquizitos, Antidoping, El Clan, etc., y la independiente dedicada a la producción y difusión de punk, Herejía Punk Music, con bandas como Atake social, Bichos Raros, Bacteria, Cadáveres, Cultura Subterránea, Kagada de Perro, Espécimen, Mentas Imbéciles y muchas más.

Uno de los sellos discográficos independientes que vino a romper con las reglas establecidas de la profesionalización de la industria musical y sus modos de operación, es Discos y Cintas Denver, el cual fue el primer modelo de discográfica que decide ser diferente a las demás, siendo una disquera que se dedica completamente a la producción de la música, sin usos de publicidad ni difusión, solo con el objetivo de sacar discos y hacer que sus grupos den el máximo de conciertos posibles. Y a pesar de que sus grupos no son programados en las estaciones de radio, ni se escriba de ellos en medios escritos, Discos y Cintas Denver hasta la fecha es una de las disqueras independientes más exitosas de México, y su distribución llega a gran parte de Sudamérica y sur de los Estados Unidos; es la disquera especialista en el “rock urbano”, y ha llegado a vender más de un millón de copias del disco de El Haragán, y entre su catálogo se encuentran grupos como Transmetal, Anabantha, Banda Bostik, Caneza Band, Rod Levario, Charlie Monttana, Hazel, Interpuesto, Isis, Karatula, León Vago, Rebeld’ Punk, Sur 16, Vago y muchos más.

Otro sello discográfico independiente que musicalizó la década de los 90’s con sus casetes fue PP Lobo Rekords, y su sonido *ska*, apropiándose de la Ciudad de

México y de algunos estados, con grupos como Panteón Rococo, Sekta Core, Sonora Skandalera, Salón Victoria, Inspector, Nana Pancha, La Tremenda Korte, entre otros, los cuales además de componer canciones que versaban sobre problemas sociales apoyaban al EZLN, y se solidarizaban con su lucha, a favor de los derechos individuales y colectivos de los pueblos indígenas mexicanos.

Es así, que entra la nueva década, y en México como en todo el mundo, llega la revolución tecnológica que permite tener estudios de grabación caseros, que con un adecuado uso pueden ofrecer calidades similares a las de un estudio profesional, por lo que surge toda una camada de sellos discográficos independientes en México enfocados en el rock y sus derivados. Entienden, que más que un negocio es una cuestión ideológica de libertad de creación y de autogestión, donde su desempeño decidirá el futuro de sus producciones discográficas y la actitud y el enfoque con que se trabaje será el éxito de la disquera.

4.2 Disqueras Independientes en la Ciudad de México

*“Hipsters unite
come align for the big fight
to rock for you”
(Billy Corgan, 1993).*

Los sonidos son el reflejo de la sociedad, la canción es el panorama de lo que sucede, los ruidos revelan cada detalle del lugar donde se producen y las melodías son la identidad de quien la crea. La música describe el espacio y tiempo, dice las prioridades y necesidades del terreno donde se escucha y relata sus historias. De tal manera que lo que se crea, produce y escucha muestra el retrato sonoro del contexto económico, político, social y cultural del lugar donde los sonidos suenan.

Comienza el nuevo milenio y el 2000 está en marcha, la tecnología hace soñar al hombre y le promete una vida más confortable, el mundo comienza a familiarizarse con la palabra globalización y las personas son ciudadanos del mundo. Las fronteras son la división geográfica entre los países, y el internet la ventana de conocimiento a otras culturas.

En México, comienza una nueva dirección de gobierno, el Partido de Acción Nacional (PAN) termina con 71 años de régimen de gobierno del Partido Revolucionario Institucional (PRI), y en la ciudad Andrés Manuel López Obrador, es Jefe de Gobierno del Distrito Federal y da continuidad al proyecto que la administración del Partido de la Revolución Democrática (PRD) había iniciado con Cuauhtémoc Cárdenas en 1997. En donde la Ciudad de México manifestaba su cultura y sus expresiones, por lo que la capital era un carnaval con eventos por todas partes y con ello el rock tomaba las calles y se asomaba a diferentes lugares, desde las facultades de Ciudad Universitaria, hasta la Preparatoria Popular Fresno; desde los festivales masivos en el Zócalo que se daban a final de los 90's, hasta los eventos en El monumento a la Revolución patrocinados por alguna refresquera.

A partir del 2000 la ciudad se volvía más musical, y cada semana se sabía de nuevos grupos y de géneros musicales, las tiendas de instrumentos musicales se atrevían a importar líneas de lujo, y los músicos se familiarizaban con los programas de edición. Los reproductores de mp3 comenzaban a aparecer y las tiendas de discos hacían las últimas de sus súper ventas de la década. Ser músico en el Distrito Federal empezaba a ser glamoroso y una posible forma de vida.

El 2001 sería coyuntural para esta década, el 11 de septiembre el mundo observaría en tiempo real como las torres gemelas del World Trade Center, ubicadas en Nueva York, eran derrumbadas mediante el choque con dos aviones. Con ello se desataba la guerra contra el terrorismo, empezando por la invasión estadounidense a Afganistán. Y en la música, el hip hop y la música electrónica dominaban el mercado del disco y el rock comenzaba a ser del milenio anterior. El orbe comenzaba a tener otro orden y otros sonidos.

Sin embargo, ante la tragedia de Nueva York, una ciudad hecha polvo, surgiría una nueva camada de grupos que darían una bocanada de aire fresco al rock, encabezados por The Strokes y su disco *Is This It* (2001), seguidos por The Walkmen, Interpol y los Yeah Yeah Yeahs, los cuales omitirían el desarrollo del rock y su progreso, para insertarse en los 70's. El rock revivía en las listas del *mainstream* y el mundo cambiaba a ritmo de los cuatro compases fundamentales del rock.

The Strokes de América y The Libertines de Inglaterra, conquistarían la industria musical y con ello el orden de la creación musical, ambos pertenecían al sello discográfico independiente Rough Trade Records. Éstos impondrían moda en las formas de producción y actitud en sus escuchas. “Hay bandas buenas y bandas increíblemente buenas. Cambian la manera en la que la gente se viste, habla y conversa. Por eso The Libertines se conectaron con la gente.” (Gallagher, 2007).

Algunas bandas nacionales se unirían a la moda The Strokes, y además de vestirse como ellos (pantalones de mezclilla entubados, sacos viejos y cortes de pelo setenteros) desarrollarían música similar. El público en general (los escuchas) se familiarizaría y usaría el término *indie* para clasificar a la música de esta década.

El sonido del rock ilustraría el retroceso del mundo, y las nuevas sustancias auditivas saldrían del *underground* para ser apreciadas por muchos escuchas. Las computadoras se abaratarían y se convertirían en instrumentos musicales. El pasado y el futuro se empalmarían para crear la melodía de fondo de la nueva década.

Las obras de tránsito dieron fluidez a la vida de los capitalinos y los conciertos de bandas extranjeras se volvieron más comunes, grupos como Pearl Jam, U2 y Radiohead visitaron la capital de México. Y el Distrito Federal se convirtió en la sede del rock. Muchos sellos discográficos nacieron en la ciudad y otros se mudaron a la capital para operar desde este punto geográfico hacia el mundo.

La radio de la ciudad sonó cada vez con más hertzios en el transcurso de esta década; muchas estaciones desaparecieron y otras nacieron, las estaciones de música popular (género ranchero, cumbias, baladas, norteño, grupero, etc.) han predominado y el rock solo sigue programándose en unas cuantas. El club de los Beatles se transmite desde hace más de 40 años por Radio Universal 92.1 F.M. y estaciones de radio como Ibero 90.9 F.M, radio perteneciente a la Universidad Iberoamericana, además de realizar programas de radio académicos transmite las propuestas más actuales del rock en inglés y algunas en español, cubriendo el vacío que dejó Radioactivo 98.5 F.M. y sus 11 años de existencia (1993-2004).

El 105.7 F.M. frecuencia perteneciente al IMER, siempre ha sido la señal predilecta para sintonizar rock, especialmente el cantado en español y de manufactura nacional. La historia del 105.7 marca momentos como Radio D (1969), luego Radio Cosmos (julio, 1983), Estéreo Joven (octubre, 1983), Láser F.M. (1993), Conexión Acústica (1995), Órbita 105.7 (1995) y finalmente Reactor 105 (2004). Todos estos instantes de la frecuencia 105.7 F.M., son parte del desarrollo de la escena rockera en México. “La frecuencia se ha convertido en un referente de la industria musical y de la radio juvenil en México, receptora de todas las alternativas e impulsora de talentos del rock en español. Desde su creación está presente en la manifestaciones artísticas de los jóvenes y da cobertura a eventos culturales nacionales e internacionales” (Villarreal, 2008:34). A esta aventura rockanrolera se le sumó Interferencia 710 A.M., en el 2008, para programar puro rock en español y medios de comunicación escrita como son las revistas R&R, Indie Rocks, Marvin, Grita Fuerte, Rolling Stone México, Vice México, entre otras, las cuales le dan cobertura al rock que se genera en el país.

En esta década el lenguaje ha cambiado y con él sus formas de expresión; cada lugar y espacio es marcado y apropiado por los habitantes de esta ciudad, por lo que el *grafiti* decora la ciudad y los *stickers* le dan alegría a las paredes del Servicio de Transporte Colectivo Metro, a la cual se le sumó una nueva línea (Línea B). Los espacios que hay en la ciudad para que los grupos expongan su música, son el Multiforo Cultural Alicia, Dada X, El UTA, El Under, El Clandestino, Salón Calavera, Casa Hilvana, Pasagüero, El Imperial, Terraza del Centro Cultural de España, Tokyo Pop Bar, entre otros. Éstos se dedican semana a semana a dar pequeños shows de grupos independientes consolidados y nuevas promesas.

Los músicos de esta década desinhiben su talento a la menor provocación, y no les interesa las raíces del lugar donde están parados, de tal manera que es lo mismo componer en inglés que en español, con letra o sin letra, crear sonidos o ruidos, sonar completamente a grupo extranjero o sonar mexicanísimo. En esta época no hay límites ni fronteras para la creación musical y en el Distrito Federal el sonido monstruo¹⁰ de la ciudad cada día es más fuerte y se extiende a todo el mundo.

¹⁰ Para el autor el sonido monstruo se refiere al conglomerado de infinidad de sonidos y géneros musicales que se crean, desarrollan, producen y difunden de la capital para todo el mundo.

Es así, que en la Ciudad de México se han dado algunas condiciones para que muchos jóvenes piensen que la música puede ser una forma de vida. Por lo que, la creación de sustancia auditivas en esta década ha sido mayor que en otras, y la industria fonográfica, al no ser suficiente con las *Big Four Majors* y cubrir la demanda de producciones musicales, generara otras alternativas como la independencia.

4.2.1 El catálogo de los sonidos de la Ciudad de México

En la ciudad de México, cada rincón que forma parte de su espacio tiene su propio sonido, en cada habitante de esta gran urbe (en sus oídos) suenan las sustancias auditivas que desea. La riqueza auditiva es tan grande como su población, extensa como su cultura e inimaginable en sus límites geográficos, por lo que los sonidos que se producen en este espacio son muchos, un sinfín de géneros musicales, fusiones e inventos, que alimentan el espíritu y alma de cada ser existente de esta ciudad.

La industria musical de la Ciudad de México es el bastión de la industria musical de la nación, su producción y consumo es fundamental para la industria, ya que los oídos del resto del país están al pendiente de lo que sucede en esta área metropolitana, siendo influencia para los sonidos que se producirán en los demás estados. La ciudad es un punto estratégico para muchas disqueras independientes y grupos de música, de aquí despegan a otros países y ciudades.

Es así, que llegamos a las disqueras independientes en el valle de México, las cuales han aportado sonidos y sustancias auditivas a la ciudad, para ser parte del inmenso ruido que se genera en esta metrópoli. Y se han abierto camino, a través del gusto de los ciudadanos por consumir lo que se produce en la independencia.

A continuación se mencionarán algunos de los sellos discográficos independientes que operan en la Ciudad de México, su selección se basa en tener un punto de operaciones (oficinas, enlace o representante) en la capital, sin importar su lugar de origen o forma de trabajo, así como la inserción de sus producciones en la ciudad.

Sello Discográfico	Características	Catálogo
Abolipop Records.	Colectivo y sello discográfico que nace en Zapopan México en 2003, para realizar eventos y producir y difundir materiales fonográficos, especializándose en las diferentes formas del pop.	Vektor, Transistor, Nébula 3, Signal Deluxe, Lumen Lab, Bandido, Carrie, Flight Attendants, etc.
ACTUS.	Discográfica independiente que cuenta con cinco sub sellos Actus Living in Classics, Actus Classics Crosoover, Actus Café Caliente, Actus Classics Recordings y Actus Mezcal Music, para dar apoyo a la música clásica, regional, jazz, de orquesta, world music, etc.	Orquesta Sinfónica Nacional de México, Tequila Latín Jazz, Trío Xoxocapa, Mariachi Juvenil Tecalitlán, Carlos Tercero, Tlen Huicani, etc.
Alebrije Producciones.	Sello discográfico independiente que cuenta con más de 20 años en la producción, difusión y promoción de géneros tradicionales, mestizaje, jazz y contemporáneo.	Vieux Diop, Chuchumbé, Héctor Infanzón, Son de la Frontera y más.
Algo Records.	Discográfica de Chile con presencia filial en México, es creada en 2001 para difundir sonidos punk, garaje, rock alternativo, reggae, etc.	Guiso, Camión, Perrosky, The Gangas, Tío Lucho, Pendex, Yajaira, Ramires, Tsunamis, The Versions, etc.
Angelito Editor.	Sello discográfico característico por ser también editorial de	Cabezas de Cera, Rafael Mendoza, Armando

	revistas y libros, se especializa en rock rupestre y experimental.	Palomas, etc.
Artefacto Producciones.	Nace en 2003 para ofrecer sus servicios profesionales de producción, grabación, audio, masterización y maquila a cualquier tipo de género musical. Además se especializan en la creación de jingles y spots, para comerciales de empresas.	Los Amantes de Lola, Mangroove, Decibeles, Estramboticos, Eduardo Antonio, etc.
Arts & Craft México.	Sello discográfico originalmente creado en Toronto Canadá en el año 2006 y posteriormente introducido en México en 2008, se especializa en la producción de rock, pop, punk alternativo, electrónica, experimental, etc.	Broken Social Scene, The Stills, The Dears, The Spoon, Pavement, Metric, Julian Plenti, Yo la Tengo, Victoria Mil, Los Odio, Girls, Beach House y muchos más.
Astro.	Originalmente nace en España, en 1996 pero en 2008 deciden poner una filial en D.F. para promover su catalogo de músicos dedicados a los sonidos del rock, indie rock, pop alternativo, post rock, experimental, y space rock.	El Columpio Asesino, Niños Mutantes, Mist, La Habitación Roja, Landa, Estereotipo, Mi Pequeña Radio, etc.
Asociación Cultural Xquenda.	Dedicados a la investigación, recopilación y difusión de la música del estado de Oaxaca, realizan eventos y producciones fonográficas, para la transmisión de este tipo de música.	Arcadia y Grupo Colibrí, Alejandra Robles, Banda Municipal de Música San Dionisio Ocotepc, Susana Harp, etc.
Bam Bam Records.	Sello independiente de la Ciudad de México que nace en el 2006,	Garrobos, Ámpula, Herejia, Los Pardos,

	hecho por músicos, bajo la ideología de la autogestión, para apoyar a grupos de rock, punk, hardcore, metal, rockabilly, etc.	La Venganza de Punk Ramón, Los Enterradores, The Kraneos, Sedición, Niño Zombi, etc.
Cero Records.	Nace bajo la necesidad de apoyar a la música que no tiene un mercado comercial en el país, para difundirla. Se especializa en sonidos como el progresivo, experimental, conceptual, electrónica, etc.	Andrés Argil, Javier Vinasco, Tachyon, Vecindario Global, Fausto Palma, entre otros.
Como Suena.	Sello discográfico y editorial basados en la investigación y difusión de la música afrohispana de las Antillas como el son, rumba, cha cha cha, mambo, etc.	Los Negritos, Don Fallo, Son Candela, Cirilo Promotor, Son Jarocho, Grupo Yacatecutli y más.
Diablito Records.	Nace en el 2002 en Londres pero formalmente en 2005 inician sus actividades en México D.F., formando un disco acoplado de grupos de rock (Diablito Vol.1), para después editar más discos.	Tanke, Weeds, Candy, Debralleitor, \$6M Weirdo, Ardnaxela, etc,
Diógenes.	Sello discográfico creado en el año 2002 y tiene como característica la especialización en el género experimental.	Bird Quarter, Andrés Argil, Rey Trueno, Singer Ladra, etc.
Discos Burbuja.	El proyecto nace a principios de 2004 con la idea de organizar una estación de trabajo para proyectos musicales y artísticos, enfocándose en rock, jazz y experimental.	Turbina, Mami Yasbeck, Mia Sonora, Gigante Roja, Autocar, Golden Rainbow Kid y más.

Discos Corasón	Es uno de los sellos discográficos mexicanos con más historia, ya que desde los 70's comienzan con la producción musical de sonidos como el son huasteco, son jarocho, sonidos africanos y cubanos etc.	Buena Vista Social Club, Canteros de Valle, La Negra Graciana, Uno Zangares, Terapia High Dub, Seya, etc.
Discos Denver.	Nace en los 90's para ser el sello discográfico independiente más importante del genero rock urbano. Extendiendo su mercado a Estados Unidos y otros países.	Haragán y Cia., Charlie Montanna, Mantra, Isis, Interpuesto, Javier Batiz, Perro Callejero, Sam Sam y muchos más.
Discos Gratis.org	<i>Netlabel</i> que se dedica a la difusión y distribución gratuita de materiales discográficos vía digital.	Los Tres Tristes Tigres y el Triste Trasto, Engine, Lúcida Radiar, Mono Verde y más.
Discos Imposibles	De origen en Guadalajara y con distribución en algunos estados y D.F., este sello es creado por músicos, en apoyo de la escena local.	El Personal, Jaramar, Pepe Quezada, La Revo, Lalo Galván, Gus y Los Extremos, etc.
Discos Invisibles.	Colectivo de músicos de Tijuana dedicados a la música electrónica experimental, producen, difunden y distribuyen su música vía red y personalmente, ofreciendo discos artesanales hechos por ellos mismos.	Lazo Invisible, Medusa Fui, Asteroide, Miel y más.
Discos Konfort.	Sello discográfico formado en 2001 especializado en la producción de música electrónica experimental y vanguardista.	Wakal, Rosco, Ghaia, Polen, Cezna, Mario de Vega, Yael Meyer, etc.

Discos Mariposa Satin.	Discográfica independiente especializada en la música tradicional mexicana como los sones jarocho, urbano y tradicional.	El Butaquito, Grupo Siquisirí, Yolanda y Armando, Paulina y El Buscapié, entre otros.
Discos Peligro.	Se dedican a la producción, grabación y maquila de música, enfocándose en el rock y sus diferentes vertientes, contando con más de 150 discos en la actualidad.	Bagginz, Telesonic, Hedónea, Luciernaga, Hermanos Calavera, Santa María, Max Rojas, Malditos Hippies, etc.
Discos Pueblo.	Es fundada desde 1973 para dedicarse a la difusión de música folclórica en su mayoría y otros géneros, aún continua vigente.	Raúl García Zarate, Gerardo Pablo, Jaime López, Los Folkloristas, Sotavento, etc.
Discos Tormento.	Surge a mediados del 2007, para darle terrenos sonoros a proyectos musicales honestos, de calidad, interesantes y divertidos.	Afrodita, Ibi Ego, Pau y Amigos, Songs For Eleonor, Los Wendy, Yo Soy Dios, entre otros.
Ediciones Pentagrama.	Nace el 6 de octubre de 1981 para ser una de las disqueras independientes más importantes del país, en la actualidad cuenta con más de 600 títulos y los géneros que destacan son el jazz, rock, bolero, folkore, tango, afroantillano y más.	Los Hermanos Rincón, Amparo Ochoa, Oscar Chávez, Pepe Ordaz, Rockdrigo González, Noé Nicolás, Lázaro García, y Muchos más.
Esquilo Records.	Dedicados completamente a los géneros rockabilly y punk, producen y distribuyen a bandas de México, España, Brasil, Argentina y Estados Unidos.	Los Helldandys, Los Desenfrenados, Pep Torres, Inoportunos, Despreciables, Los Faraones etc.

Estridencia Latina.	Nace al oriente de la Ciudad de México, para producir, maquilar y distribuir material fonográfico, especializándose en los géneros surf, ska y rockabilly.	Lunes, Larva, Los 21 Tracks, Rambookiss, Sickness, etc.
Filtro.	Se funda en 2004 para ser una de las <i>net labels</i> más importantes del mundo, ya que hasta la fecha ha tenido una distribución vía internet de 50,000 descargas gratuitas. Expertos en música electrónica, funk, dub, etc., además de arte sonoro.	Rivel, Absolute Time, Lao, Emmerichk, Subnor, Bifidus, Transistor, Zensible Beats Crew, Kampion y muchos más.
Fonarte Latino.	Surge en 1983, para trabajar con productores que brinden producciones de calidad, para ofrecerles sus servicios de distribución. Trabajan con géneros como la trova, folklore, rock en español, etc.	Chava Flores, Fernando Delgadillo, La Barranca, Los Músicos de José, Edgar Oceransky, La Casta, Silvio Rodríguez Santa Sabina y muchos más.
Genital Productions.	Nace en 1991 en Ciudad Victoria, para proponer unas de las propuestas más arriesgadas, ya que producen sonidos que van desde fusión, rock, electrónica hasta el experimental.	Manta Ray, La Función de Repulsa, Detritus, Voz Fugaz, Paraíso Holocausto, entre Otros
Germinal 060.	Sello discográfico que nace de un proyecto radial del mismo nombre, el cual pretende dar a conocer lo que se hace en Puebla y el Estado de México. Con presencia en D.F., abarca estilos	Los pegajosos, Monte Bong, Vachamata, Santa Demencia, Alfiler XL, Triple H, etc.

	como el surf, reggae, punk, afrobeat, etc.	
Global E Rack.	Sello discográfico dedicado a la producción y distribución de material fonográfico. Entre su catalogo cuenta con la disquera de world music Putumayo y Naxos.	Sociedad Acústica, (La) Petra, Shemanik, Roshan, Cristina Branco, Carlos Dávila, etc.
Grabaxiones Alicia.	Sello discográfico perteneciente al Multiforo Cultural Alicia, es creado en el 2000 para registrar el sonido de algunas bandas que suelen tocar en el recinto. Especializados en géneros como el rock, surf, garaje, punk, rockabilly, hardcore, indie, blues, rupestre, y western.	Austin Tv, Axpi, Espectroplasma, Después del Odio, Los Explosivos, Los Gatos, La Comuna, Los Cavernarios, Banda Bassotti, Rafael Catana, Armando Rosas, etc.
G Records.	Pequeño sello independiente discográfico con sede en la Ciudad de México, se dedica a la producción de grupos y eventos, enfocándose en el rock.	Dogma, Sugarplum Fairy, Allen, Heat co., etc.
Grial Selections.	Editorial y productora fonográfica dirigida a producir sonidos de relajación y meditación.	Cantos Zen, Potala, Antes del Glaciar, Vishnu, etc.
Happy - Fi.	Sello discográfico y colectivo de artistas que nace en Monterrey, para organizar eventos y producir materiales fonográficos, en otros estados y Ciudad de México. Entre los estilos que trabajan se	Niña, Quiero Club, Mario, Goma, She's a Tease, Bastian, Black Forest, Pistol Chunky, D3ndron, Etc.

	encuentran el pop rock, y sus fusiones.	
Happy Garlic.	Nace en 2007 y se dedica a la promoción de jóvenes con proyectos musicales innovadores especializándose en géneros que van desde el post rock, experimental, pos punk, poppi girl rock hasta el shoegaze.	Suave as Hell, Marlento, Robota, Hey Chica! Lázaro Valiente, Copy Violators, Selma y más.
High Hopes Recordings.	Con más de diez años de experiencia se dedican a la producción, maquila y distribución nacional e internacional de grupos de diferentes géneros musicales.	Efactorama, Jeltro, Helice, Sick, Desangre, Nocturna, Athal, León Rojo, Hurantia, y más.
Histeria Colectiva.	Sello discográfico que nace en el 2006 para especializarse en el género del hip hop nacional.	Sociedad Café, MC Luka, Depresión, Dos Hermanos, MR.Vyrus, Bola 8 Cabezas Muertas, Vicky MC, etc.
IC21-Internacional de Cultura.	Este sello es creado en el 2007, por la cantante Eugenia León para resguardar sus proyectos musicales y de su interés.	Eugenia León, entre otros.
IDM Records.	Dedicados a la difusión de materiales fonográficos, hacen uso del internet y sus redes sociales, para apoyar a diferentes proyectos musicales.	Anabantha, The Nasty Girls, Queso Crunsh, Tisha, Underdog, Salem y más.
Iguana Records.	Cumple ocho años sobreviviendo a la independencia, abarcando géneros como el indie, metal,	Kill Aniston, Dildo, QBO, Hummersqueal, Agora, Los Daniels, Los Marty,

	punk, progresivo, alternativo, etc.	Maligno, etc.
Independent Recording.	Inicia en 1993 para producir géneros como el lounge, vanguardia, electrónica y worldmusic.	Bebel Gilberto, Nine Rain, Tuxedomoon, Kronos Quated, Brian Eno, etc.
Indie Rocks Records.	Sello discográfico que nace bajo la tutela de la revista de rock Indie Rocks, para apoyar a las nuevas propuestas que surgen en la Ciudad de México.	Victimas del Dr.Cerebro, Eby, Dardo,
Intolerancia.	Este sello discográfico es creado hace 15 años y se dedica a la producción de géneros como el rock, rockabilly, alternativo, jazz, experimental, etc.	San Pascualito Rey, Troquer, Descartes a Kant, Corcobado, El Clan, Nos Lallamamos, entre otros.
Isotonic Records.	Sello discográfico independiente caracterizado por el arte de sus portadas, creadas por el Dr. Alderete, las cuales dan soporte a los sonidos que producen como el surf, rockabilly y rock.	Los Straitjackets, Los Corona, Los Twangers, Matorralman, etc.
JM Distribuidores.	Surge en 1997 para ofrecer los servicios de distribución a diferentes sellos discográficos independientes, abarcando desde el género rock hasta la trova.	Forseps, Facundo Cabral, Magos Herrera, Betsy Pecanins, Enrique Chía, Omara Portuondo, etc.
Jus Records.	Sello independiente nuevo, que nace en 2010, para promover a los grupos emergentes que están vinculados con la palabra escrita y el audiovisual.	Vicente Gayo, Agrupación Cariño, Sonidero Travesura, Marc Monster and The Olives, etc.

Kbaret Music.	Nace en Monterrey en 2001 con la intención de apoyar a los talentos independientes, ofrece servicios de grabación, maquila y distribución. Tiene presencia en varios estados de la república.	Danzonera Distorsión Club, Los Suavecitos, Mendoza, Novel, Fancy Noise y más.
LIBRAR't Music Records	Se funda en 1999 para dedicarse a la producción de música popular mexicana como el ranchero, boleros, baladas y tropical.	Martín Beltran, Gloria Mediana, Perla del Caribe Constanza Arenas, Ricardo Herrera y muchos más.
Madame Records.	Se forma en el 2009, bajo el proyecto editorial Sonidos Urbanos, para adentrarse en la producción de grupos de rock.	Abominables, Shenan, Romanticos de Zacatecas, Joe Volume y más.
Mantequilla Records.	Disquera con base en el Distrito Federal se dedica a la producción de música hip hop y sus fusiones.	La Vieja Guardia, Big Metra, Kartel Aztla, Baston, Mc Luka, Aztek 732, Lebuts, etc.
Mil Records.	Sellos disquero que opera desde Tijuana hacia el país y el extranjero, especializándose en la música electrónica y sus fusiones.	Colectivo Nortec, Bostich, Clorofila, Panoptica, Hiperboreal, Fussible.
Molécula Records.	Inicia en el 2001 para especializarse en los géneros electro pop, indie rock e indietronica.	Delicado Sonico, Elekant, Dixybait, Nosotrāsh, Mua! La Monja Enana, L-Kan, Estrellita Mi Alegria, Cubberbil, Cineplexx y muchos más.
MUN Réconds.	En un principio es un estudio de grabación y con el éxito de sus	Hello Seahorse!, Payro, Le Baron y Subdivisión.

	grupos producidos deciden dedicarse al proceso completo del disco, en su difusión y distribución, enfocándose en el rock pop con tintes electrónicos.	
Naranjada Records.	Nace en 2007, para ofrecer sus servicios de estudio de grabación, composición musical, talleres y asesorías a grupos, etc.	La Gusana Ciega, Yokozuna, Kafka Jones, Comisario Pantera, Papi, Teleferico y más.
Nene Records.	En 1999 nace el sello discográfico en Monterrey, Nuevo León, México, para producir materiales fonográficos y regalarlos vía internet, <i>net label</i> , especializándose en rock y sus variantes.	XYX, Bam Bam, Ratas del Vaticano, Mockinpott, Los Implantes, The Exils, Mamá Burger, etc.
Noise Kontrol.	Nace en el año 2000 para ofrecer sus servicios de maquila y distribución, apoyando al género rock y sus vertientes como el surf, alternativo, metal, punk, rockabilly, electronica, etc.	Human Drama, Loquat, Plastiko, Dorado 70, Ruido Amarillo, Sueño Luna, Mendoza, Sociedad Acústica, etc.
Noiselab Records.	Sello discográfico que surge en la Ciudad de México para producir a grupos mexicanos y editar discos de bandas extranjeras. Especializándose en un principio en música electrónica y después en rock.	Interpol, The Arcade Fire, Cat Power, Client, Zóe, The Whitest Boy Alive, The Rakes, The Walkmen, Chikita Violenta, CSS, Los Dynamite, Delays, Guillemots, etc.
Nuevos Ricos.	Nace en el año 2003 para dedicarse a la producción de rock y electrónica, además de crear	Silverio, María Daniela, Sonido Lasser Drakar, Dikel Demasiado, Jessy

	nuevos sonidos como el electronaco.	Bulbo, etc.
Pagadoa.	Colectivo de Dj's del oriente de la Ciudad de México, producen eventos y materiales fonográficos especializándose en soul, latín, funk y electro grooves.	Czar, Jim Robson, etc.
Pandilla Mutante.	Pequeño sello discográfico que se dedica a la producción de fonogramas, maquila de discos, <i>booking</i> y realización de eventos.	Indie Life Vol. 1, Indie Life 2, Le Danzen, etc.
Perro Negro Records.	Se dedican a la maquila, distribución de materiales discográficos, así como asesoría a grupos de rock, surf, rockabilly, punk, etc.	Los Gatos, Tamales de Chipil, La Calzada de los Muertos, Atletas Campesinos.
PP Lobo Rekords.	Sello discográfico que surge en el DF en los años 90's para dar cabida a producciones musicales de géneros como el ska, surf, reggae, punk, cumbia, etc.	Panteón Rococo, Sekta Core, Tremenda Korte, Nana Pancha, Nostra Cosa, Los de Abajo, Pánico Latino y más.
Prodisc.	Nace en 1995, para proveer el mercado mexicano de grabaciones de alta calidad, en diversos géneros musicales. Ofreciendo servicios de producción, maquila y distribución a otras discográficas. Actualmente, es de las maquiladoras y distribuidoras más importantes del país.	Colecciones de: Danzas del Mundo, Serie Lounge, Sinfonía Mexicana, Tesoros Musicales, Tributos a los Grandes, Puras Norteñas, etc.
Producciones	Sello discográfico especializado	Lennon para bebés,

Fonográficas Jasper.	en la línea musical infantil y para bebés, realizando versiones de música clásica, prehispánica, festejos y rock.	Dulces sueños, Burbujas de amor, etc.
Producciones PyP.	Cuenta con más de 10 años en la industria musical, con géneros diversos como el rock, el jazz, metal, alternativo, música para niños, electrónica, y hip hop.	Rastrillos, Quema Madera, Memo Briseño, Tere Estrada, El Palomazo Informativo, Tino Contreras, King Siniestros, etc.
Quindecim Recordings.	Inicia en 1992 y se especializa en géneros como el worldmusic, crossover, infantil, vanguardia, renacentista y plástica.	Horacio Franco, Ana Cervantes, Cesar Urin, Jiménez Cacho, Blitche, etc.
Río Records.	Se crea en 2007 en California, pero con presencia en D.F., se dedican a grabar música y alabanzas cristianas en idioma español e inglés.	Mario Adriel y varias recopilaciones.
Sarcófago Music.	Inicia en el 2008, para especializarse en el género dark ambient.	Arkhanoth
Sangre Nueva.	Disquera creada en Cali Colombia, pero con base en el D.F., se dedican a la gestión de música del mundo y afro Colombia.	Carlos Vives, Kenyata, Bomba Estéreo, Bahía Trío, Pat y Chaco, La Planta, entre otros.
Seven Records.	Nace en el año 2003 al oriente de la Ciudad de México para producir sonidos Drum and Bass, Jungle, Dub y Reggae.	Bungalo Dub, Omar Hash, Montekarlo, Atroppa, Revelation, etc.
Silicon Carne.	Pequeño sello discográfico con sede en la Ciudad de México,	Stereo Total, Los Fancy Free, Dungen y más.

	produce rock y sus variantes que alberga este género.	
Sing in English.	Sello discográfico que se dedica a las producciones educativas en el aprendizaje del idioma inglés para niños y jóvenes.	Diferentes volúmenes didácticos.
Soloart.	Discográfica especializada en la distribución de material fonográfico, editando materiales extranjeros de grupos dedicados al avant garde, noise, electrónica, post rock, sound art, etc.	Akira Ifukube, DG 307, Die Knodel, Aktual, Area, Budapastis, Art zoid, Brainville, Cassiber, Centipede y muchos más.
Sound Sister Records.	Nace en 2002 para producir sonidos rock, garage, postpunk y su fusión con otros géneros.	Casio Commanders, Cocobasco, Triciclo, Seekers, Maniqui Lazer.
Static Discos.	Sello discográfico que surge en Tijuana pero con presencia en el resto del país producen música electrónica, techno y pop.	Arhkota, Fax, Federico Crespo, Blacmale, Capullo, etc.
Straight Songs.	Sello discográfico independiente dedicado a promover la industria del disco con géneros como el classic jazz, latin jazz y salsa.	Big Boy, Anacaona, Compay Segundo, Chucho Valdez, El Binomio de Oro, etc.
Superdiscos Chinos.	Discográfica que se dedica a la producción y grabación de grupos enfocados en el rock pop con tintes electrónicos.	Eléctrica Miami, Música Violeta, entre otros.
Terrícolas Imbéciles.	Surge en 2007 para dar continuidad a las propuestas de grupos de rock ya consolidados, ofreciéndoles una forma de	Liquits, Maldita Vecindad, Austin T.V, Furland, Dorian, Bengala, etc.

	trabajo libre e independiente.	
The Art Records.	Inicia en el 2006 y se especializa en las producciones de los géneros metal, thrash, gótico y death metal.	Delirium, Dirty Woman, Dark Lunacy, Funeral Moon, Crowhead, etc.
The Poni Republic.	Sello discográfico que distribuye vía <i>net label</i> , los materiales fonográficos que edita, para su descarga gratuita. Abarcando desde el rockpop hasta noise.	Bufi, Elaine, Yamamoto Todosantos, Tropitek, Spondee, Yellow Yesterday y muchos más.
Titanio Records.	Desde 1989 se dedican a la creación y distribución de material fonográfico, especializándose en diversos géneros, como el mariachi, danzón, duranguense, etc.	Laguneros de Durango, Ligerero, Banda Bonita, Contra Corriente, Terreno Macizo, Integración de Durango, etc.
Urtex Digital Classics.	Sello independiente dedicado a la música clásica y popular como de importación, tiene un acervo de más de 7000 títulos de importación y 500 títulos nacionales.	Farinelli, Vivaldi, Eugenio Tusseint, Los Utrera, Todas las mañanas del Mundo y muchos más.
Zafra Música.	Expertos en los géneros flamenco, bossa nova, hip hop, zamba, jazz, blues, música africana, colombiana y cubana.	Ojos de Brujo, Sonex, Esmeralda Grau, Enrique Heredialar, entre otros.
Zepeda Bros.	Inician desde el año 2002 en el negocio de la música, dedicándose a las diferentes áreas de la industria musical, como la producción discográfica, ventas, management, booking, etcétera,	Allison, Elis Paprika, Maria Daniela y su Sonido Lasser, Ruido Rosa, 60 Tigres.

	colaborando en 2007 para Sony Music México.	
1,2,3, Records.	Estudio de grabación y sello discográfico que nace en la Ciudad de México, para apoyar a las nuevas propuestas de punk rock y sus derivados.	Transpor*t, Barby, One Month, Flip 360, Verpo y Yo y Los Toma Todo.

Estos son algunos de los sellos discográficos más importantes que existen en la Ciudad de México, los cuales producen sustancias auditivas para su población. Mas adelante analizaremos tres discográficas independientes, Iguana Records, Molécula Records y Grabaxiones Alicia para conocer su historia, objetivos, funcionamiento, prácticas y usos, características que les brindan una identidad alternativa en la industria cultural de nuestro país.

4.3 Análisis de las compañías discográficas independientes

Como se ha señalado anteriormente, en la Ciudad de México existe más de 88 sellos discográficos independientes, que cubren la capital con sonidos y ruidos que los habitantes están deseosos por escuchar. Produciendo la música que las disqueras corporativas no se atreven a grabar, distribuyendo y difundiendo sus fonogramas por todos los rincones geográficos que sean posibles, para que los escuchas o receptores reproduzcan y conserven estos registros sonoros.

El número de disqueras independientes es amplio, como la cantidad de sonidos, ruidos y géneros musicales que se graban. El gusto musical de los escuchas es extenso, siempre están en la búsqueda constante de nuevas propuestas y saben que las disqueras independientes pueden saciar esa necesidad. El escucha acude a las producciones independientes, ya que sabe que son los únicos que se atreven a grabar los sonidos que otras disqueras intenta callar.

Existen disqueras independientes con trayectorias respetables, con cientos de discos producidos en su catálogo musical y también hay nuevas, las cuales comienzan a forjar respeto. Todas ellas unidas por el común denominador de ser una alternativa de industria cultural, producen sonidos que les atraen y que tal vez le pueden agradar a otros. Además de estar convencidos de la autogestión como la única vía para seguir produciendo.

Sin embargo, a pesar de que todas las independientes caminan por la misma línea, la ideología bajo la que cada una está cimentada es la que hace la diferencia entre ellas, y consecuentemente su forma de trabajo (producción, difusión y distribución), por lo que existen disqueras de los siguientes tipos¹¹:

- a) las que solo trabajan por el placer de producir música,
- b) las que experimentan con la creación de sonidos,
- c) las que producen ruidos que les gustan,
- d) las que tratan de apoyar a los músicos,
- e) las que producen su propia música y la de unos cuantos amigos,
- f) las que editan materiales fonográficos extranjeros para que sean más económicos y más personas tengan acceso a la música,
- g) las que reeditan material discográfico viejo para que las nuevas generaciones conozca lo que se hacía en décadas pasadas,
- h) las que buscan ganarse el reconocimiento de otros o que encuentran en la producción musical una forma de vida.

Es así, que las *indies* desde sus diferentes formas de operar y visualizar la industria fonográfica, colaboran como productoras culturales de la ciudad. Desde sus recursos económicos y sociales crean y desarrollan formas de trabajo para su subsistencia. Y sin importar su dimensión de empresa (grandes como Ediciones Pentagrama por su historia, numerosas producciones y distribución en todo el país y extranjero, mediana como Iguana Records por su respetable infraestructura de difusión

¹¹ La tipología es una propuesta del autor de la presente investigación, elaborada con base en un análisis de los objetivos y funcionamientos de las disqueras independientes mencionadas anteriormente.

y distribución o chica como Discos Tormento por su corta trayectoria) todas colaboran en la construcción de la música de fondo que acompaña a los habitantes de esta orbe.

De tal manera, estas disqueras independientes construyen objetos culturales, que se conforman de la música que producen y el *booklet* (arte gráfico impreso) que diseñan, los cuales comunican ideologías y alternativas de modos de vida para la gente que los escucha. Y cada objeto cultural construido por las disqueras independientes, está impregnado por la esencia ideológica del sello discográfico.

A continuación se analizarán tres casos diferentes de disqueras independientes para conocer sus formas de producción musical, y con ello su propuesta como alternativa de industria cultural. El orden de análisis de las *indies* se dará de la disquera que es menos independiente a la que es más libre en su propuesta y forma de trabajo.

Para la realización del siguiente análisis se llevaron a cabo entrevistas a dueños y directores generales de las siguientes disqueras: Leopoldo Velázquez Mateos de Iguana Records, Arlo Guzmán de Molécula Records e Ignacio Pineda de Grabaxiones Alicia. Así, como a grupos de música pertenecientes a los sellos discográficos antes mencionados: Austin Tv, Cavernarios, Twin tones, La Fuerza Aérea, Ella Tiene Dos Androides y Ágora.

**IGUANA
RECORDS**
WWW.IGUANARECORDS.COM.MX



4.3.1 Iguana Records

Rock y buena música!

La radio suena y un locutor presenta el nuevo lanzamiento del grupo White Stripes, *Seven nation army*, seis meses después la canción se convierte en un himno generacional; un año más tarde de diversas partes surgen bandas de rock, éstas son formadas por jóvenes que hace tiempo escucharon la melodía y decidieron colgarse una guitarra. Un grupo trata de reproducir aquella canción desde una cochera y a lo lejos un *manager* decide acercarse, al parecer piensa que los jóvenes tienen talento.

En la Ciudad México solo existen tres estaciones de radio que se dedican a la difusión de rock nacional, dos de ellas pertenecen al Instituto Mexicano de Radio: Reactor 105.7 F.M. e Interferencia 7Diez A.M., la otra es parte de la Universidad Iberoamericana, Ibero 90.9 F.M. Las dos primeras tienen un gran compromiso con la música que se produce en el país, la última, sólo complementa su programación con algunas canciones nacionales.

Gran parte de los grupos que se programan en Reactor 105.7 F.M. e Interferencia 7Diez A.M. son producidos o distribuidos bajo el sello Iguana Records, por lo que esta disquera independiente se ha convertido en la última década en una de las más importantes en la escena del rock nacional, ya que ha dado oportunidad a muchos grupos de rock.

Iguana Records, nace en la Ciudad de México por iniciativa de Leopoldo Velázquez Mateos, quien ya había trabajado 19 años en la industria del disco, específicamente para PolyGram. A raíz de que este sello discográfico es absorbido por Universal y Leopoldo es formalmente liquidado, es así como surge la disquera.

La historia de Iguana Records comienza en el 2001, y su nombre como su nacimiento es accidental, en un principio su creador no estaba muy seguro de continuar en la industria del disco. En los primeros meses invierte en un estudio para *transfers*, pero conforme los meses pasan se dedica a la maquila y producción de algunos discos.

Con el tiempo la disquera comienza a ser importante porque produce muchos discos, y por necesidad tiene que registrar el nombre de la discográfica, éste se decide al instante y de manera azarosa. En un principio la opción era: *De qué lado masca la iguana*, para finalmente ser Iguana Records.

En sus inicios Iguana Records comienza a producir grupos de rock nuevos que no han tenido la oportunidad de grabar, apostándole a propuestas innovadoras de experimentación para estimular y apoyar a músicos jóvenes que buscan ser grabados. De tal manera, que desde un inicio la disquera se comienza a enfocar en la juventud y sus formas de creación musical.

La experiencia de Leopoldo en la industria discográfica ha permitido que Iguana Records sea uno de los sellos *indies* más fuertes, conocidos y respetados de la escena musical nacional, funcionando no solo como medio de producción fonográfico, sino también como distribuidor, servicio que ofrece a otros sellos independientes.

Iguana Records es de los pocos sellos discográficos independientes que cuenta con un organigrama de trabajo que funciona por departamentos, se divide en pedidos y distribución a tiendas, facturación, ventas, difusión y promoción en medios, contratos y búsqueda de nuevas bandas, además de trabajar en alianza con House Beat para fortalecer el manejo de promoción y posicionamiento de las bandas en el mercado. Este pequeño organigrama es similar en su funcionamiento al de las grandes disqueras, aunque con menos personal (siete en total), suele ser igual de efectivo.

Este sello discográfico produce sonidos enfocados en el rock y las ramificaciones y fusiones que se pueden realizar con este género. Por lo que ha producido bandas que van desde metal hasta folk, desde drum and bass hasta hip hop y todos los ruidos que tengan algo de interesante para los oídos de otros. La importancia del sello en la industria discográfica del país se refleja en su catálogo de producciones, ya que cuenta con 232 discos, 140 vigentes, los cuales se siguen maquilado y distribuyendo en el país.

Algunos de materiales fonográficos que tiene este sello discográfico son:

Iguana Records.

Disco.	Grupo o Músico
1. <i>Segundo pasado</i>	Ágora.
2. <i>Duerme dulce duerme</i>	Elly Noise.
3. <i>Zona de silencio</i>	Agora.
4. <i>Nocturno tremendus</i>	Atto & The Magestics.
5. <i>Despues del otoño</i>	A letter For...
6. <i>Larga distancia</i>	Kupper.
7. <i>Divina Oscuridad,</i>	Cero Absoluto.
8. <i>Guau!,</i>	Los Implantes.
9. <i>Historias de un Cowboy</i>	Los Marty.
10. <i>Se renta cuarto para Señoritas</i>	Los Daniels.
11. <i>Silencio Acústico</i>	Ágora.
12. <i>Universevil</i>	Maligno.
13. <i>Libre al fin</i>	Element.
14. <i>Delicada Violencia</i>	De Saloon.
15. <i>Di- Helo</i>	Hummersqueal.
16. <i>Los divorciados</i>	Kill Aniston.
17. <i>The time</i>	Sad Breakfast.
18. <i>The Stupids Rocknroll</i>	The Stupids Rocknroll.
19. <i>Marian vol.1</i>	Marian.
20. <i>Biográfico</i>	Kill Aniston.
21. <i>To come back</i>	Sab Breakfast.
22. <i>III</i>	QBO.
23. <i>Heridas</i>	Amnesia.
24. <i>Iron bridge</i>	The Tacits.

25. <i>Transparente</i>	Nuklear.
26. <i>Lolita</i>	De Renolts.
27. <i>Co&co</i>	Eva Lumbre.
28. <i>Sentado en una estrella</i>	29 Luces.
29. <i>Natural y humano</i>	Monoplug.
30. <i>Xuul kantun,</i>	Mulucpax.
31. <i>Pain asaylum,</i>	Sinrage.
32. <i>Eve</i>	Tetricona.
33. <i>Uncharted dreams</i>	Fahrenheit.
34. <i>Pioneros de nada</i>	Hummersqueal.
35. <i>Estereox</i>	Estereox.
Y muchos más.	

A través de los nueve años de existencia de Iguana Records, se han producido y distribuido muchos materiales fonográficos enfocados en el rock y las sustancias auditivas que éste genera. Apoyando específicamente a los jóvenes y sus formas de crear música, desde los diferentes sonidos y ruidos que producen, este sello ha apostado por la juventud.

Iguana Records trabaja con los grupos musicales de manera profesional, apoya con capital económico a la banda en lo que le haga falta, por lo que al invertir se firma un contrato. Éste consiste en que la disquera tiene la totalidad de los derechos del material fonográfico, presentaciones en medios de comunicación y conciertos, dándole a los grupos un porcentaje de lo obtenido, así como el derecho de permanecer por algunos años en el sello discográfico. El contrato que se firma suele variar, ya que éste depende del grupo y de la inversión que haya hecho la disquera.

La selección de las bandas se realiza a partir de los *demos* que llegan a las oficinas de Iguana Records y el seguimiento que se da a los grupos en su desarrollo artístico (conciertos y creación musical). Iguana Records en ocasiones se involucra en todo el proceso del disco, pero en algunos otros casos solo interviene en algunos

procedimientos, como la masterización, arreglos o solo en la maquila y distribución del material fonográfico. Es necesario mencionar que este sello nunca interviene en la parte creativa de la música, por lo que los grupos son libres de las temáticas y los sonidos que crean, por lo que no hay restricciones ni censura.

Para Iguana Records es importante el apoyo que se le da a los jóvenes: espacio de producción, inversión capital, ayuda en la difusión y distribución. Ya que para Leopoldo Velázquez en ellos está el futuro del país y la continuidad de proyectos como este sello independiente, de tal manera que si se les ofrece ayuda pronto comenzaran a verse resultados y ha profesionalizarse.

La difusión y distribución es una de las fortalezas de Iguana Records, ya que la difusión la hacen en estaciones de radio y canales de televisión importantes de la Ciudad de México y estados, como Reactor 105.7 F.M., Interferencia 7Diez A.M., Ibero 90.9 F.M., Televisión Mexiquense, Canal 34, en periódicos de circulación nacional y las revistas enfocada en el rock, sus años en la producción musical y su extenso catálogo de fonogramas han generado una vasta agenda de medios de comunicación. La distribución la realizan en tiendas de música de todo el país, como las cadenas Mixup, Tower Records, Mr. CD, Discolandia, Central de discos, HitBox y en algunas pequeñas tiendas del país.

En Iguana Records no sólo se produce un solo discurso semántico o ideológico, sino que existen muchos. La razón es que dentro del sello discográfico existen diferentes grupos poseedores de diversas formas de pensar y de creación musical, teniendo solo en común la juventud. El discurso que hay en una banda de rock metal es diferente al que realiza un grupo de rock pop, o de un grupo de garage a uno de happy punk.

Lo que ofrece Iguana Records es la voz de muchos jóvenes que pertenecen a esta década, que visualizan su contexto desde diversas perspectivas, que les preocupan diferentes problemáticas y que piensan en distinto.

Por ello en el catálogo de Iguana Records existe una gran variedad de canciones: los problemas sociales, la discriminación, la lucha contra el sistema, el oscurantismo,

la muerte, las fiestas, la ciudad, el amor, los sentimientos y emociones, y aquellos temas que están en la mente de los jóvenes. Como ejemplo de lo que se distribuye dentro de éste sello independiente, el grupo Hummersqueal compone *Buick a Monterrey*, un canto emocional de desesperación ante la vida y el intento de abandonar la existencia; una mirada que muchos jóvenes de la ciudad comparten.

Buick a Monterrey
(Hummersqueal, 2006)

*No pienso discutir
ni un momento
(amigos y enemigos...
dejo ya no estoy aquí)
Estando sólo así
no corre el tiempo
(Y pasan los minutos
y ya no quiero seguir, seguir, no oh)*

*No pasaré de aquí,
no, lo siento
(y cuando esté ausente
nadie pensara en mi).
No encuentro nada aquí
ya, no creo.
(Ya nada me detuvo,
nunca, cuando estuve aquí, aquí)
(cuando estuve aquí)*

La letra de *Buick a Monterrey* retrata las emociones y sentimientos propios de la juventud de esta década: el vacío existencial, el mal de vivir. La soledad ante un mundo que los margina y no los toma en cuenta. Un lugar donde las oportunidades son escasas y todo está hecho. Un rechazo a un futuro que es incierto.

La labor que realiza Iguana Records con los jóvenes es importante, ya que ofrece un canal de producción para que los proyectos musicales puedan desarrollarse en su totalidad. Y ante una situación donde los espacios y las oportunidades son limitados para los jóvenes, este tipo de medios son valiosos. Cabe señalar que Iguana

Records también ha participado con el Instituto Mexicano de la Juventud en la realización de discos (compilados) de grupos de rock y eventos gratuitos, a favor de la salud, justicia y educación en México.

Iguana Records sabe que su responsabilidad social está en apoyar a los jóvenes que crean música, con la producción de sus materiales fonográficos y la orientación a su profesionalización, por lo que la mayoría de las bandas que llegan a esta disquera son amateurs y con el tiempo se profesionalizan.

Por lo tanto se puede decir: Iguana Records produce la voz de los jóvenes que expresan diferentes ideas, que manifiestan sus emociones y que dicen lo que hay en su contexto. La riqueza de este sello radica en la diversidad de propuestas auditivas, en el catálogo de grupos diferentes y su honesta forma de trabajo.

En conclusión Iguana Records, es un bastión importante dentro de las productoras de música en el país, ya que da la oportunidad a los jóvenes que no cuentan con los medios de producción. Por lo que ofrece un espacio en blanco de grabación para quien lo quiera utilizar, confiando que hará buen uso de él, porque piensa que los jóvenes tienen mucho que decir y es necesario escucharlos; en ellos está la producción de los nuevos sonidos que acompañarán a los habitantes de esta urbe.



4.3.2 Molécula Records

Pop triste para bailar

Domingo por la tarde el día está soleado, unos niños vuelan papalotes de colores, el señor de los helados toca campanitas para anunciar su llegada, olores frescos inundan la calle, las abuelas toman limonada y reposan sobre la banquetta. Unos novios pasean por la Alameda mientras saborean algodones de dulce y otros juegan sobre las banquetas de Reforma. Un estudiante capta formas y figuras con su cámara, mientras en su *iPod* suena una canción *pop* que ilumina la ciudad.

En la capital de México existen *indies* que pretenden tener un lugar importante dentro de la industria musical, ser fundamentales en la producción de nuevos sonidos y partícipes en todos los medios de comunicación, que buscan la transcendencia económica y social e intentan cambiar el panorama sonoro para ser los mejores. Sin embargo, hay sellos independientes que realizan un trabajo modesto, hacen ruido a niveles cortos y que no ambicionan su masificación. Uno de ellos es Molécula Records, nace en 2001 para darle una porción de *pop* a la ciudad.

Molécula Records, es una pequeña parte (una molécula) de la industria musical, que aporta una respetable cantidad de sustancias auditivas a la escena local de la ciudad. Es creada por Arlo Guzmán Madrigal, quien en un principio graba discos de su proyecto musical Delicado Sónico y después edita grupos con sonido similar.

Este sello discográfico nace por la falta de sellos discográficos nacionales que dieran oportunidad a los sonidos *pop* que se generaban a principios de la década. De tal manera que Arlo Guzmán decide contribuir con la industria musical creando el sello discográfico Molécula Records, bajo la filosofía del *Do It Yourself* (hazlo tu mismo) graba y distribuye discos CD-R de su propia banda, para después con el tiempo profesionalizarse.

Molécula Records es fundada bajo la influencia de disqueras como la inglesa 4AD (Pixies, Cocteau Twins, The Breeders, Blonde Redhead y muchos más) y la

española Elefant Records (Nosoträsh, Family, La Casa Azul, La Monja Enana, etc.), quienes ofrecen producciones de diferentes estilos musicales como rock alternativo, garage, punk, electrónico, entre otros; una música con variantes sonoras, pero que en el fondo está impregnada por esencias *pop*.

En un contexto social donde a principio del nuevo Milenio la mayoría de los sellos discográficos *majors* producían sonidos de moda como la música popular del país (salsa, cumbia, ranchera, etc.) y las *indies* se dedicaban al rock, ska, hip hop, surf, metal, punk y otros estilos, Molécula Records nace para dar soporte a los sonidos *electro pop e indie rock*, que en su conjunción ha denominado *indietronica*, los cuales no habían sido tomado en cuenta y por lo tanto las disqueras no se atrevían a registrar los sonidos.

Molécula Records en un principio se dedica a la búsqueda de grupos con sonido *indietronica* aderezados de *pop* en la Ciudad de México, para producir, maquilar, difundir y apoyar sus creaciones. Además, hace relaciones con discográficas independientes españolas como Elefant Records y Subterfuge Records para editar discos de su catálogo bajo licencia, para maquilar y distribuir el material fonográfico en México.

Molécula Records es uno de los pocos sellos discográficos que ha trabajado con diferentes formatos de fonograma. En un principio sus materiales eran grabados vía Cd-R, para después incursionar en el maquilado del disco compacto profesional. En 2009 retoman el disco de vinil y actualmente también incursionan como *net label*, distribuyendo sus discos vía formato digital gratuitamente en su sitio de internet.

Aunque la historia de Molécula Records cuenta que en 2001 graban el *e.p* de Delicado Sónico, es hasta 2003 que oficializan su inicio produciendo su primer material a nivel profesional, el cual es una recopilación del colectivo Ruido Amarillo, mismo nombre que se le da al disco, y compila canciones de los grupos Jaden, Delicado Sonido, RoBotril, Payola, Dorado 70 y Ortigal, y después en 2005 presentan el primer álbum de la banda Delicado sónico de nombre *Nebular*.

En sus nueve años de existencia el catálogo de producciones de Molécula Records se compone de los siguientes fonogramas:

<i>Molécula Records</i>	
Disco	Grupo o Músico
1. <i>Ruido amarillo</i>	Compilación.
2. <i>Nebular</i>	Delicado Sónico.
3. <i>Pretzel</i>	Pretzel.
4. <i>Discazo</i>	L-Kan.
5. <i>Un secreto terrible</i>	La Monja Enana.
6. <i>Cierra la puerta al salir</i>	Nosoträh.
7. <i>Hasta el infinito y más allá</i>	Lemon^ Fly.
8. <i>Granada</i>	Compilación.
9. <i>La perra del hortelano</i>	Pestaña.
10. <i>Modular para el corazón</i>	Compilación.
11. <i>Los días geométricos</i>	Dixybait.
12. <i>No estás y te oigo</i>	Delicado Sónico.
13. <i>Granada 2</i>	Compilación.
14. <i>Somos otra cosa</i>	L-Kan.
15. <i>Nubes en mi casa</i>	Nubes En Mi Casa.
16. <i>Picnic</i>	Cineplexx.
17. <i>L+R=S</i>	Compilado.
18. <i>Camino</i>	Muá!
19. <i>Voy a secuestrarte</i>	Perro Zombie.
20. <i>Mundo Invisible</i>	De Viaje.
21. <i>Selva de Mar</i>	Nitoniko.
22. <i>Fantástica colección 2009</i>	Compilado.
23. <i>Motor e.p.,</i>	Delicado Sónico.

24. <i>Esa chica te ama</i>	Dixy bait.
25. <i>Los días geométricos no son igual</i>	Dixy bait.
26. <i>Nadie se enfermara este invierno</i>	Ella Tiene Dos Androides.

En versión digital para su descarga gratuita Molécula Records ofrece:

<i>Molécula Records.</i>	
Disco.	Grupo ó Música.
1. <i>Fantástica colección 2009</i>	Compilado.
2. <i>L+R=S</i>	Compilado.
3. <i>Motor e.p.,</i>	Delicado Sónico.
4. <i>Para ser movimiento</i>	Matilda.
5. <i>Enséñanos poesía</i>	Cuberbil.
6. <i>Uvi.Lov</i>	Uvi.Lov.
7. <i>Tu mama y tu papa son robots</i>	Ella Tienen Dos Androides.
8. <i>Esa chica te ama</i>	Dixy bait.

También, Molécula Records se encarga de distribuir materiales discográficos de otros grupos como: Los Astronautas y Ciëlo, quienes pertenecen a otros sellos discográficos.

Molécula Records además de ser diferenciado por tener un sonido especial enfocado en la *indietronica* con bases *pop* y tener un catálogo modesto, se distingue por el arte gráfico que acompaña al disco (*booklet*), el cual a veces es diseñado por el director del sello discográfico, Arlo Guzmán.

Así que las portadas de los discos en sus diferentes formatos siempre están llenas de una estética visual de colores y animaciones que hace referencia a la década de los 60's. De tal manera, los discos que producen Molécula Records tienen un estilo particular y suelen ser reconocidos de inmediato por sus consumidores y además

llaman la atención visualmente de quienes no conocen la existencia del trabajo de esta disquera.

La selección de los grupos susceptibles a ser producidos bajo el sello Molécula Records la realiza Arlo Guzmán, y éste se basa en el sonido que caracteriza el perfil del sello discográfico, el cual es un sonido *pop* desarrollado con instrumentos básicos (batería, guitarra y bajo) y una pequeña incursión de instrumentos electrónicos como sintetizadores, midis, computadoras, etcétera. Canciones suaves y amistosas para el oído, con letras brillantes e infantiles que en ocasiones versan temáticas y usan vocabularios no comunes, que otros sellos discográficos prohibirían, forman parte de los contenidos de esta empresa.

El organigrama de trabajo de Molécula records lo encabeza Arlo Guzmán, el dirige, busca bandas, produce, diseña, envía y difunde el material fonográfico; en algunas temporadas de la discográfica han colaborado otras personas en la producción de los fonogramas, pero en él recae la responsabilidad de la subsistencia de la disquera. La distribución se realiza mediante Noise Kontrol, quien se encarga de colocar los materiales discográficos en las diferentes tiendas de música del país.

Además de realizar fonogramas bajo el sello Molécula Records, es necesario señalar que Arlo Guzmán realiza conciertos en diferentes recintos musicales de la ciudad para promocionar a las bandas de su sello discográfico y próximas a ser producidas, también, ha apoyado a grupos españoles como L-Kan y La Monja Enana, mismos que son editados bajo su discográfica, trayéndolos a tocar a la Ciudad de México.

El uso del internet ha sido fundamental en la subsistencia de Molécula Records, ya que además de tener una página *web* donde se puede encontrar información reciente del sello discográfico, de sus bandas y se pueden descargar de manera gratuita algunos discos, también son usuarios entusiastas de las redes sociales, ya que mediante servidores como *Myspace*, *Facebook* y *Twitter* la disquera tiene un trato directo con su público consumidor, el cual está atento a cualquier evento o nueva producción de la discográfica. También, mediante el uso de estas herramientas de comunicación, Molécula Records ha establecido pláticas con grupos nacionales y extranjeros para su

producción o edición de fonogramas. Ejemplo de ello es el caso del grupo de Mexicali, Baja California de nombre Ella Tiene Dos Androides:

“No sabíamos de Molécula, ni conocíamos nada de la escena independiente, ni de disqueras y muy pocas bandas del país, ellos nos contactaron vía *Myspace* en 2009. Empezamos a platicar Arlo y nosotros, él dijo que le interesaba editarnos, pero el primer EP lo queríamos sacar todo nosotros mismos, entonces le pedimos que esperara, incluso nos invitó a tocar al DF, y fuimos en verano de 2009. Seguimos platicando, ganó nuestra confianza y amistad y para el segundo decidimos que fuera editada la versión física en Molécula, ya que se nos sigue permitiendo descargas gratuitas del EP, que es algo que nos interesa para que llegue al mayor número de oídos posibles” (Polo, 2010).

En Molécula Records no existe ningún tipo de contrato sobre papel que estipule que el grupo es de la pertenencia de la discográfica, que están obligados a realizar un número establecido de discos; por lo que más bien se realiza un trato vía verbal, se platica sobre las posibilidades de ser producidos o editados bajo el sello discográfico, los formatos del fonograma, la difusión y promoción, así convenios de ganancia. En este sello discográfico los grupos son libres en su totalidad, de editar o producir sus canciones bajo otros sellos y de participar en cualquier concierto.

En Molécula Records, Arlo Guzmán no busca la comercialización de sus producciones, ni el enriquecimiento personal, sino que ofrece su apoyo fraternal a los grupos musicales, hace amistad con ellos y se divierte un poco en la producción musical conociendo nuevas sustancias auditivas, Por lo que es un proyecto donde a él le gusta tratar con los músicos, se involucra en su totalidad, festeja cada producción que se realiza bajo su sello discográfico y por lo tanto facilita las formas de producción musicales. Molécula Records es una pequeña productora de música donde todos se conocen, es transparente su trabajo y no se hacen las largas filas o se esperan los años para que se le ponga atención a un grupo, como suele suceder en las *majors*, en que la selección de grupos pasa por muchos departamentos de la disquera y nunca se sabe de la persona que toma la decisión final.

Molécula Records para la producción de materiales fonográficos trabaja según las necesidades que tenga el grupo, por lo que a algunos se les ha ayudado con la producción total de su material discográfico y a otros solo se les corrige algunas partes

de su material grabado o se les masteriza, todo depende si ya existe algo grabado o trabajado.

El convenio de trabajo que existe entre Molécula Records y los grupos es claro: de cada 500 discos que se mandan a maquilar 150 son para el grupo, por lo que la venta de los 150 discos es la ganancia económica de la banda. Además de esa ganancia económica, Molécula Records ofrece a los grupos la difusión de su material fonográfico en diferentes medios de comunicación, estaciones de radio (Reactor 105.7 e Ibero 90.0,) medios escritos (Indie Rock,) y la internet (Me Hace ruido, Radio B, Blogs, etc.), distribución del material discográfico en tiendas de música, así como la realización de constantes eventos donde puedan tocar en vivo su música.

Es importante señalar que Molécula Records basa parte de su difusión al método de “boca en boca” ya que este sello se ha forjado una buena reputación en la escena independiente, a través de sus producciones de calidad y a su estilo peculiar de música, por lo que para el consumidor es de total confianza adquirir algún fonograma bajo este sello discográfico, e inclusive el seguidor de Molécula Records sabe y reconoce el esfuerzo que se realiza para la subsistencia de la disquera que paga los precios de los discos sin ninguna duda.

También, al igual que los consumidores respetan a la disquera, algunos grupos que buscan a Molécula Records para que respalde su música, además de saber del buen trato que se les da en la disquera. “Nos gusta estar en Molécula Records porque siempre nos apoyan, Arlo es muy amable con nosotros, él siempre nos habla y nos invita a tocar, nos motiva, en Molécula todos somos amigos, eso provoca que haya más confianza y por lo tanto haya más nivel en la música” (Mariel, 2010).

Aunque en Molécula Records se produce música por el gusto de los sonidos que se pueden crear en relación al *pop* y sus fusiones que se pueden realizar el sello discográfico no interviene en los procesos de creación de música, “en una independiente todo es más libre, los grupos pueden hacer lo que quieren, como quieren y generalmente no se les limita a las bandas o a los artistas”, expresó Arlo Guzmán.

El espacio de creación es libre, no existe un eje temático del que se tiene que hablar, sin embargo lo que caracteriza a Molécula Records de otros sellos independientes, es la libertad de fugarse de la realidad. En este sello no se canta a cerca de las problemáticas sociales, no se habla de cómo hacer la revolución, sin embargo se versa acerca de los detalles que hacen más ligera la vida, las alegrías, la felicidad, el uso de la imaginación, el sentirse en un mundo feliz. “La vida soñada es una “vida-pop”, refugio fuera de las grandes máquinas incontrolables, ratificación de una indiferencia individual y de una impotencia colectiva para cambiar el mundo” (Attali, 1995:163).

Ante un contexto social difícil por el que pasa el mundo, en especial en México, Molécula Records produce música a manera de sedante, para fugarse algunos instantes de la realidad, para dar la vuelta por otras tesituras de la vida, ser inocente e infantil, combatir la tristeza y sonreír. Cantando acerca de las banalidades de la vida, de lo fácil, desmenuzando las pequeñas sustancias que aligeran la subsistencia y rechazando el contexto y lo que este ofrece.

Es así, que en un canto hacia el amor el grupo Ella Tiene dos Androides compone la canción *Quiero dar vuelta*, en donde se dibuja un paisaje feliz con elementos que recuerdan la infancia y Molécula Records la produce.

Quiero dar vuelta

(Ella tiene dos Androides, 2010)

Pasear en bici otra vez

Llegar y tomarnos otro té

Tengo seis días más

Para poder hablar

Y no lo digas si no lo haces

Y no lo hagas si no lo sientes

Quiero dar vuelta y no dejarte pasar

Y no lo digas si no lo haces

Y no lo hagas si no lo sientes

Que los gigantes nos pueden aplastar

Las nubes sospechan de mí

Yo les conté algo sobre ti

Tengo dos días más

Para poder hablar.

Y no lo digas si no lo haces

Y no lo hagas si no lo sientes

Quiero dar vuelta y no dejarte pasar

Y no lo digas si no lo haces

Y no lo hagas si no lo sientes

Que los gigantes nos pueden aplastar.

En esta canción los autores cierran los ojos ante un mundo maleado, para expresar la inocencia que aún hay en el amor, olvidándose de la promiscuidad existente en los jóvenes de estas últimas décadas, del sexo fácil y del olvido del sentimiento. Rechazan los clichés de la juventud y su prisa por actuar como “adultos”, y rescatan la ingenuidad y los paisajes de cuando se era niño.

Esta canción como otras, perteneciente al sello discográfico, se puede apreciar la búsqueda y tratamiento de temas sencillos, de aspectos de la vida que pasan desapercibidos e ideas banales, lo que se descifra como un rechazo hacia la realidad.

Es así, que existen sellos discográficos que se dedican a apoyar las ideas de dominación política, cultural y social que el sistema establece, mediante los parámetros y la moda que la industria musical determina, y sellos discográficos que se ocupan en oponerse a las ideas de hegemonización. Sin embargo, Molécula Records es una discográfica que hace olvidar el entorno del escucha, ignora la situación económica, las problemáticas políticas, la violencia que se vive día a día, etc., y encierra a su escucha en una burbuja donde se está a salvo.

El discurso que produce Molécula Records es una fuga mental de la realidad y oposición al contexto social, el cual se da mediante las melodías que están grabadas en el fonograma y el arte gráfico que le acompaña. Molécula Records representa a una pequeña parte de la juventud que crea su propio mundo donde se puede estar mejor, con sonidos, formas y colores que reconfortan por pequeños laxos la existencia.

También, este sello discográfico a partir de su música que produce nos muestra las nuevas formas de creación musical, ya que gran parte de los grupos que pertenecen a su catalogo, crean música con nuevas tecnologías aplicadas a los instrumentos musicales, como son sintetizadores, midis, secuencias, cajas de ritmo, computadoras, procesadores, etcétera; estas formas de realización nos hablan de un momento coyuntural para la historia de la música, donde se empieza a sustituir al músico por el ordenador, el cual puede reproducir el sonido de algún instrumento que alguna persona solía tocar. Por lo que el uso de estas tecnologías, así como el mensaje que hay en la música de Molécula Records nos señalan la época en la que se está viviendo. Un momento de cambios donde el hombre tiene que replantearse y tiene que regresar de lo individual a lo colectivo.

En conclusión, Molécula Records produce sustancias auditivas (sedantes) para los oídos que buscan ausentarse por un momento de la realidad, que no les gusta el presente, que prefieren encerrarse en un mundo donde la acústica sea perfecta y los sonidos indeseados nunca entren. Realiza música para los que sueñan y esperan el momento de volver abrir los ojos y que haya un mejor presente.

Por el momento Molécula Records continúa produciendo música que alegra y conforta la existencia de muchas personas que gustan de este tipo de melodías, e invade con las portadas de sus discos, la ciudad y otros lugares para darles más de color y vida.



4.3.3 Grabaxiones Alicia

Música contra el poder

Los claxon suenan, el tráfico es lento, el vendedor de discos piratas le sube todo el volumen al estéreo, los niños que salen de la primaria gritan con desenfado el inicio del fin de semana, un animador dice por megáfono las ofertas que ofrece la tienda de abarrotes, los tubos del tianguis semanal caen al suelo y las consignas de la marcha que se dirige al Zócalo dejan su eco en los oídos de los transeúntes del centro de la metrópoli.

El centro de la Ciudad de México es el punto clave donde las ideas y los movimientos culturales tienen el mejor escenario para su realización; la vida y el tiempo son más rápidos y los sonidos se escuchan más fuerte.

El número 91-A, de la avenida Cuauhtémoc en la colonia Roma, o *Rockma* como es mejor conocida, es la dirección donde se ubica el Multiforo Cultural Alicia, el cual surge en diciembre de 1995, para dar cabida a las manifestaciones culturales que se producen en la capital. Nace bajo un contexto político donde el Ejército Zapatista de Liberación Nacional tenía un año de su aparición, y con ello un gran número de seguidores (especialmente jóvenes) a su movimiento. Por lo que, la semilla de donde surge el “Alicia”, proviene de la ideología y la acción de la lucha contra el sistema, el poder, la injusticia, la constante batalla de la disidencia.

Bajo el mando de Ignacio Pineda, el Multiforo Cultural Alicia es de los lugares favoritos de los habitantes en la capital, para escuchar música en vivo y conocer las nuevas propuestas musicales y consolidadas que hay en la ciudad. “Jóvenes con los pelos verdes, azules, rosas; pantalones guangos hasta debajo de la rodilla, tenis tipo convers, playeras reivindicativas, tatuajes en brazos, pecho, espalda; perforaciones; chicas con escuetas playeras que dejan ver el piercing colocado junto al ombligo, mallones, minifaldas, pantalones de mezclilla ajustados, empiezan a poblar las calles de la ciudad. Salen de las bocas del metro, de los peseros, de las prepas, caminan por las banquetas, para sorpresa de muchos adultos que no entienden de dónde ha salido “esa

moda”. Los miran con extrañeza y temor. Algunos cientos llegan al Alicia”. (López, 2010:14).

El recinto musical que se encuentra cerca de las estaciones del metro Cuauhtémoc y Niños Héroes, alberga diferentes estilos musicales como el blues, rock alternativo, rockabilly, surf, punk, happy punk, metal, hardcore, stoner, grunge, ska, hip hop, rock pop, folk, balkanica, western, y las diferentes sustancia auditivas que se crean o llegan al D.F. y piden una oportunidad en el lugar. Por esta razón el número de sonidos y ruidos que se escuchan cada fin de semana (viernes, sábado y domingo) en el Multiforo Cultural Alicia son incontables; demasiadas son las propuestas auditivas que suenan en el recinto.

También, el Multiforo Cultural Alicia es un lugar abierto a diferentes expresiones culturales como el graffiti, el cual se puede observar en sus paredes y su constante renovación, declamación de poesía, muestras de videos documentales, películas y performance, presentaciones de fanzines, revistas, libros y discos, conferencias, feria de tatuajes y diseño de carteles, los cuales además de ser medio de difusión de los eventos, también han servido como el medio para expresar las posturas ideológicas con las que se identifica el “Alicia”.

Asimismo, el multiforo ha estado comprometido con algunos movimientos y causas sociales como la lucha del E.Z.L.N, la legalización de la marihuana, la liberación de presos políticos, la Biblioteca Social Reconstruir, sindicatos, trabajadores en huelga, grupos de estudiantes, colectivos políticos y culturales que necesiten un espacio para realizar eventos y conseguir recursos para financiarse, el multiforo es un lugar para exponer y debatir las problemáticas.

Con el objetivo de presentar la memoria sonora de las diversas alternativas musicales que se presentan en el Alicia, en 2000 surge Grabaxiones Alicia (los oídos del Alicia). Una vez que se cuenta con el espacio y las bandas, Ignacio Pineda, mejor conocido como “Nacho Alicia”, decide que el siguiente paso es grabar a las bandas.

El estudio o cuarto de grabación está ubicado dentro del Mutiforo Alicia, al lado de la cabina de controles de sonido del foro. En un espacio de 2.5 metros de largo por

uno 1.5 metros de ancho, es donde surge la magia sonora que caracteriza el sonido Alicia. Este cuarto de grabación se complementa con la cabina de controles del escenario, la cual es separadas por una ventana de vidrio, en esta cabina se encuentra la computadora que graba lo que se está tocando, para después editar, mezclar y masterizar el audio.

El grupo 301 Izquierda inaugura el estudio con la grabación de su primer demo, para después oficializar Grabaxiones Alicia con cuatros producciones. La primera es el acoplado *Prueba Esto!* disco que reúne a bandas de punk rock como Gula, Hulespuma, 301 izquierda, Giforen, etc., le siguen dos acopados el *Bluesoloblues*, disco que reúne a bandas de blues como Año blues, Delta sur y Chivo Blues, y *Surf Mex*, acoplado que aglutina a bandas como Lost Acapulco, Telekrimen, Yucatan A gogo, Los Magnificos, Berenice, entre otros, para dar muestra del surf que sonaba en la capital, y finalmente el disco *Ningún Deseo* del grupo de power pop Revolver.

Más tarde, conforme la historia de Grabaxiones Alicia se desarrolla, se le suman otras producciones discográficas, que dan como resultado más de 40 producciones, las cuales son:

<i>Grabaxiones Alicia</i>	
Disco.	Grupo o Músico.
1. <i>Prueba esto!</i>	Compilado.
2. <i>Bluesoloblues</i>	Compilado.
3. <i>Surf mex</i>	Compilado.
4. <i>Ningún deseo</i>	Revolver.
5. <i>Santísima trinidad</i>	Santísima Trinidad.
6. <i>La rabia de los locos</i>	Rafael Catana.
7. <i>Horror visión</i>	Telekrimen.
8. <i>Años blues</i>	Años Blues.
9. <i>Vibra aliviana</i>	La Comuna.
10. <i>Después del odio</i>	Después del Odio.

11. <i>Mexican madness</i>	Compilado.
12. <i>Hágalo usted mismo e.p.</i>	Los Esquizitos.
13. <i>Negras jarochas morenas prietas</i>	Matraka.
14. <i>Along the bitter ways of god</i>	Axpi.
15. <i>Prueba esto! Vol. 2</i>	Compilado.
16. <i>Lo que no mata, no es el auto</i>	Los Gatos.
17. <i>Open half door</i>	Spalding Gray.
18. <i>La última noche del mundo,</i>	Austin T.V.
19. <i>Con el punk rock en las venas</i>	Seguimos Perdiendo.
20. <i>Pánico en el año zero.</i>	T.V. Crimen
21. <i>Espectroplasma e.p.</i>	Espectroplasma.
22. <i>Nación apache</i>	Twin Tones.
23. <i>Surfmex 2</i>	Compilación.
24. <i>Perversitas</i>	Los Magníficos.
25. <i>It's never late to cry</i>	By Phono.
26. <i>Border crossing diosa</i>	Silvia Parra.
27. <i>Salón chihuahua</i>	Twin Tones.
28. <i>La vida te da</i>	Amparanoia.
29. <i>Hasta ahora todo va bien</i>	Silencios Incómodos.
30. <i>04-06,</i>	La Kinky Beat.
31. <i>Con aroma de romero</i>	La Forja.
32. <i>The cavernarios</i>	The Cavernarios.
33. <i>Espectroplama</i>	Espectroplama.
34. <i>Vecchi tani bastardi</i>	Banda Bassoti.
35. <i>Instrumental surf blender</i>	Santisimos Snorkels.
36. <i>Resurrección de los sangre – zombis del más allá</i>	Telekrimen.
37. <i>Tikibot meets the atomic wave</i>	Los Derrumbes.

38. <i>Los explosivos</i>	Los Explosivos.
39. <i>Estación México</i>	Manu Chao.
40. <i>Esto es rockabilly</i>	Rebel Cats.
41. <i>Sr. Bikini en vivo en el Multiforo Alicia</i>	Sr. Bikini.
42. <i>Picture perfect paranoia</i>	Joe Volume.
43. <i>Navidad rockabilly</i>	Rebel Cats.
44. <i>Sesión en el Alicia</i>	The Cavernarios/Telekrimen.
45. <i>La conexión</i>	Rude Hi-Fi & Barriobeaterz.
46. <i>Viejos días de radio</i>	Los Leopardos.
47. <i>This is ska</i>	Maskatesta.

También bajo este sello se ha editado la revista auditiva *No medités*, proyecto cultural a cargo Raúl Silva y el video *Alicia en el subterráneo. Historia no oficial del Multiforo Alicia*, realizado por Alejandro Ramírez.

De tal manera, que Grabaxiones Alicia cuenta con un gran catálogo de sonidos y géneros musicales, sin encasillarse en un solo estilo musical. Produciendo una diversa gama de ruidos para todo el mundo.

El objetivo fundamental de Grabaxiones Alicia es registrar lo que está pasando en el Alicia. Desde el inicio la disquera abre los micrófonos a géneros musicales y sonidos no muy comunes de esa época, “los que nadie voltea a ver y escuchar”, como el punk, surf, ska y rupestre, mismos que se programaban en el recinto.

Grabaxiones Alicia nace por el gusto de producir a las bandas que suelen tocar en el foro, sin ningún fin de lucro; Grabaxiones Alicia funciona como un laboratorio de experimentación de sonidos en el que sus productores e ingenieros se divierten aprendiendo y buscando la perfección sonora, así como el peculiar *sonido Alicia*.

La selección de las bandas a grabar es mediante el seguimiento que el staff y los ingenieros del Alicia hacen a las bandas. Una vez que deciden que el grupo tiene las

condiciones y el sonido para grabar (que sea del gusto de los alicios) le proponen producir su material discográfico. Si la banda acepta ser grabado por Grabaxiones Alicia, se pone a su orden el estudio por mes y medio y se les plantea dos tipos de convenio:

1. Grabaxiones Alicia graba y produce al grupo y ellos pagan la maquila, ofreciéndoles dos conciertos en el recinto, para solventar el gasto. Se maquilan 1000 discos, 500 para Grabaxiones Alicia y 500 para el grupo y el disco pertenece a ambos socios.
2. Grabaxiones Alicia graba, produce y paga la maquila. Se maquilan mil discos y solo se le entregan 300 copias a la banda, por lo que el disco pertenece a Grabaxiones Alicia.

Una vez que el grupo elige la forma de trabajo, no existe ningún tipo contrato entre Grabaxiones Alicia y las bandas, todo se da mediante la palabra, no se firma ningún papel, por lo que Nacho Alicia le da valor a ésta, y dentro del trato, Ignacio les hace saber que son libres de grabar con otro sello discográfico, no los compromete a cumplir un cierto número de grabaciones o años de trabajo para el multiforo. Por lo que, más que un contrato el Multiforo Alicia les enseña a los grupos las formas de trabajo y los valores de la autogestión.

El organigrama de Grabaxiones Alicia está conformado por Ignacio Pineda, el cual dirige el rumbo de la disquera, así como su sonido, dos ingenieros de grabación y el staff necesario para la grabación (máximo tres o cuatro personas se involucran en la producción).

Es así, que todo inicia con la preproducción: seguimiento a la banda y una visita a su espacio de ensayo, donde se lleva un equipo portátil de grabación, para registrar y analizar las posibles texturas que se le puede dar a la producción, así como la planeación del equipo que se va a conseguir para la grabación (guitarras, batería, amplificadores, etc.). También, se realiza la calendarización de las grabaciones (tres semanas, de lunes a jueves, seis horas diarias), para después entrar a grabación, la cuales pueden ser en sesiones separadas (instrumento por instrumento) o en conjunto, dependiendo de lo que la grabación requiera, para que finalmente los ingenieros hagan

trabajo de edición, mezcla, arreglos y masterización de la grabación para la entrega del master final.

El diseño del *booklet*, el arte gráfico del disco en ocasiones lo diseñan los grupos y si no cuentan con la capacidad técnica Grabaxiones Alicia asume la responsabilidad, pero casi siempre se hace a la par entre la disquera y los grupos, ambas partes platican acerca del concepto y el diseño del disco.

Una vez que el material fonográfico está listo se manda a la maquila, por un lado el cd y por el otro la caja. La distribución es a cargo de Noise Kontrol, ellos son los responsables de distribuir los fonogramas en las tiendas de discos o establecimientos que cuentan con stands de venta de discos, también se ponen a la venta algunos discos en el Multiforo Cultural Alicia y otros se distribuyen en el mercado del Chopo. Sin embargo, Grabaxiones Alicia piensa que se deben de crear otras formas de distribución donde el comercio sea justo y los precios al público sean accesibles, ya que las tiendas de discos se llevan una ganancia del 70% o más sobre el precio del producto.

Grabaxiones Alicia no cuenta con un departamento de difusión, por lo que la forma de promover a sus bandas es a partir de la distribución del material fonográfico de mano en mano a personas que trabajan en revistas, periódicos, locutores de radio y cualquier persona que esté en algún medio de comunicación y pueda hacerle una crítica al material, respecto a esto, su director Iganacio Pineda expuso lo siguiente: “tienes que saber moverte en tu espacio, hacer el ruido más posible, poner a tus bandas a tocar, que suene en la radio, en revistas y a partir de ahí a ver qué pasa”.

Para Grabaxiones Alicia no es primordial que las revistas grandes dedicadas a la difusión de rock reseñen sus discos, como *Rolling Stones* edición México, no quieren colocarse en el *mainstream*, ellos prefieren los pequeños medios de comunicación. Además, propone crear sus propios canales de difusión, como una revista que reseñe los sonidos musicales que las publicaciones populares no suelen reseñar, así como una estación de radio que programe los géneros musicales que no se colocan en emisoras convencionales.

En cuanto a los grupos que han sido producidos por Grabaxiones Alicia, como Austin Tv, Twin Tones, Espectroplama, Rebel Cats, Telekrimen, Los Gatos, Joe Volume, entre otros, se sienten orgullosos de pertenecer al sello discográfico. Muchos de ellos se han ganado un espacio dentro del catálogo de la disquera después de haber tocado más de 5 años en el Multiforo Alicia, como es el caso de The Cavernarios, los cuales fueron invitados a grabar su primer material discográfico en el 2006.

The Cavernarios es una banda de garaje, surf rock del Distrito Federal. En un principio tocaban bajo las influencias de The Flaming Lips y Sonic Youth, pero con el tiempo fueron cambiando su sonido a un estilo más rockero y cavernoso, influenciados por las constantes visitas al Alicia y el aprendizaje de otros géneros musicales que antes no habían escuchado. Con el pasar del tiempo y la apropiación del lugar logran ser tomados en cuenta para participar en el segundo acoplado de surf, *Surfmex 2*, para más tarde ser buscados por Nacho Alicia y ser producidos por Grabaxiones Alicia.

La mayor parte de los grupos producidos por Grabaxiones Alicia se han formado en el recinto, en un principio como escuchas y después como músicos, como es el caso de los Twin Tones, quienes interesados en los sonidos que escuchaban en el Alicia cada fin de semana, deciden acercarse al recinto para formar su primer proyecto de nombre Espectroplasma, surf inspirado en la invasión extraterrestre al planeta tierra. Ambos proyectos son producidos bajo el sello del foro.

Sin embargo, no todas las producciones son de grupos del Alicia, existen producciones que sólo son editadas bajo este sello, como *Matraka* de la Forja y *Border crossing diosa* de Silvia Parra, los cuales son proyectos musicales interesantes pero que no tienen que ver con los sonidos que habitualmente se escuchan en el Alicia. También, Grabaxiones Alicia ha colaborado con otras disqueras independientes para la edición de fonogramas como es el caso de la catalana *Hace Color* y la italiana *Gridalo Forte*, con las cuales ha editado *La vida te da* de Ampanoia, la compilación *04-06* de la Kinky Beat y *Vecchi tani bastardi* del grupo italiano Banda Bassotti.

Una de las exquisiteces sonoras con que cuenta el catálogo de Grabaxiones Alicia, es el disco doble *Estación México* de Manu Chao, disco grabado en vivo en el

Foro Multicultural Alicia, en su visita a México en marzo del 2006, en la cual Manu Chao y Radio Bemba Sound System ofrecieron diferentes conciertos en el país y al final pidieron el espacio a Nacho Alicia para tocar en el recinto. Manu Chao cede los derechos de la grabación a Nacho y este decide que las ganancias del disco deben servir para apoyar a los presos de Atenco, Oaxaca y las comunidades zapatistas de Chiapas.

El catálogo de sonidos que ofrece Grabaxiones Alicia es diverso y este ha ganado respeto ante otros sellos discográficos, ya que además de contar con músicos internacionales es de las pocas discográficas que se especializa en la producción de sonidos que se generan en la ciudad. De tal manera, que se ha forjado una credibilidad importante en los medios de comunicación (especializados en rock) y en los consumidores de música, por lo que los oídos de muchas personas están atentos de lo que se va produciendo en el sello discográfico.

Los medios de comunicación han generado confianza en el sello discográfico, ya que en la última década ha sido uno de los máximos promotores de grupos de rock, muestra de ello es que gran parte de los grupos que se programan en las estaciones dedicadas al rock nacional como son: Reactor 105.7 e Interferencia 7Diez han iniciado en el Multiforo Cultural Alicia. Y grupos como Austin Tv, Hummersqueal, Sad Breakfast, Allison, Gula, entre otros, han sido grabados en compilaciones de grupos de punk rock como *El prueba esto!* Volumen 1 y 2. Estas bandas han participado en festivales nacionales importantes como Vive Latino y Festival Internacional Cervantino y extranjeros como Coachella, SXSW y Warped Tour.

Muchos de los grupos de la ciudad y estados buscan salir editados bajo Grabaxiones Alicia, ya que a pesar de no contar con un departamento de difusión, la discográfica suele ser tomada en cuenta por los medios de comunicación, debido a sus producciones de buena calidad y las nuevas propuestas musicales que ofrece.

Hay quienes afirman que es una ventaja haber grabado bajo Grabaxiones Alicia, como lo indica Martínez, bajista del grupo Twin Tones, “Nacho tiene las entradas a los medios, conoce a mucha gente, es una ventaja que él te grabe, porque tu disco es más fácil que llegue a la radio, o sabes que por lo menos lo van a escuchar, las personas lo

respetan mucho y confían en su buen oído, esa es una de las grandes ventajas del Alicia”. (Martínez, 2008).

Además de ser tomados en cuenta con facilidad por parte de los medios de comunicación los grupos afirman que haber grabado con Grabaxiones Alicia es lo mejor que les ha sucedido, para empezar conocen la cara del dueño de una disquera a comparación de trabajar con una *major* y el ambiente que les rodea es satisfactorio. También, aseguran que otra de las ventajas de pertenecer al sello del Alicia es que la parte creativa siempre la respetan, nunca les dicen que quitar o que poner, simplemente ellos los apoyan en sacar lo mejor de su música.

Algunos grupos como Austin Tv, quienes produjeron su primer *e.p.* en el 2002 y su álbum *La última noche del mundo* en 2003 bajo Grabaxiones Alicia, afirman que el grabar con este sello discográfico les ha enseñado mucho, por lo que Oiram guitarrista del grupo Austin Tv dice: “Aprendimos mucho cuando grabamos con el Alicia, nosotros no sabíamos muchos procedimientos de grabación, pero *chikitico* (ingeniero de audio) nos enseñó mucho, es como estar con una gran familia, ellos saben el sonido que buscas y no se desesperan, el Nacho siempre nos trató bien, somos amigos, él nos enseñó a trabajar y nos tomó en serio, eso fue muy importante para la banda” (Oiram, 2008).

Grabaxiones Alicia además de ser una disquera independiente respetada por otras *indies* y algunos medios de comunicación, es un laboratorio de experimentación sonora, donde se divierten los músicos y los ingenieros que participan en las grabaciones. “El trabajo que realiza Grabaxiones Alicia es muy bueno, son los únicos que se han atrevido a darle oportunidad a los sonidos que nadie pela, todos son amigos, al Nacho no le importan si son chicos bonitos o si se ven *rockers*, a él solo le interesan que suenen chido y aunque les falla a veces en cosas técnicas, porque el Nacho no le invierte, son de los pocos que trabajan bien y del Alicia salen las bandas más *chidas*. (Warpig, 2010).

El Multiforo Cultural Alicia y Grabaxiones Alicia, trabajan bajo el sistema de la autogestión, donde desarrollan sus propios medios de producción y diferentes técnicas para la subsistencia de ambas, el *Do It Yourself* (hazlo tu mismo) es la constante ideología de todo lo que rodea al Alicia. La horizontalidad de trabajo, permite que los

trabajadores del foro y los músicos que graban en el Alicia, generen confianza entre ellos. La amistad es una de las bases sobre las que trabaja el Alicia. Este recinto enseña a la gente que se acerca al lugar a trabajar en beneficio de sus proyectos. “El Alicia nos enseñó a trabajar, Nacho nos enseñó que si no repartíamos *flayers* y pegábamos carteles, nadie nos iba ir a ver. También aquí aprendimos a tocar y conectarnos, todo lo que sabemos lo aprendimos en el Alicia, como hacer nuestras playeras, botones y hasta como conectarnos rápido, cosa que lo aplicamos cuando Allison tocó en el Warped Tour 2007 y solo teníamos unos minutos para instalarnos y no contábamos con staff ”(Erick, 2008).

Para los grupos trabajar con un sello independiente como el Grabaxiones Alicia, es la única forma viable de hacer las cosas, ya que la disquera apoya y no somete a los músicos a una forma de trabajo donde salgan perjudicados. Entre las disqueras que existen en México, Grabaxiones Alicia es de las más justas en sus formas de producción. Por lo que la ganancia no es para la disquera, sino para el músico y su trascendencia.

También es necesario decir que Grabaxiones Alicia es de los pocos sellos discográficos que se compromete en todos los procesos del fonograma. Desde la producción, maquila, distribución hasta la difusión del disco, por lo que son completamente responsables de los resultados que provoque el material fonográfico en la sociedad.

Es así, que son muchas las sustancias auditivas que se generan bajo el sello Grabaxiones Alicia y aunque los sonidos y voces que se producen transitan sobre diversos géneros musicales éstas llevan el sello de la casa, el cual es un sonido salvaje y callejero, de músicos que pertenecen a la capital (algunos de clases pobres y bajas de la ciudad), por lo que cada grupo a su estilo y modo manifiesta su rebeldía e inconformidad ante el sistema que lo oprime.

Lo que produce Grabaxiones Alicia son los sonidos y las voces de la disidencia, de los jóvenes que expresan su inconformidad y forma de pensar a través de la música, músicos del barrio que no han sido formados en escuelas y universidades, que su canto suele ser peligroso para el sistema hegemónico que oprime y ahoga a la sociedad, que

sufre día a día abusos de las autoridades y manipulación. Son los sonidos de los “otros”, los que se revelan y rebelan ante el poder. En un canto de desesperación y denuncia Grabaxiones Alicia produce *Corre* de The Cavernarios en el año 2007:

Corre
(The Cavernarios, 2007)

*Otra vez
te quieren agarrar
los de azul
te quieren apañar
corre!
corre!
vienen por ti*

*Otra vez
te quieren agarrar
en galeras
hoy no me quiero quedar
corre!
corre!
vienen por ti*

*Salvaje
estás salvaje
salvaje
noche salvaje
corre!
corre!
vienen por ti.*

La disidencia se manifiesta y reclama a través de diferentes manifestaciones culturales los abusos de la autoridad, en este caso la canción *Corre* de The Cavernarios narra una de las vicisitudes que los jóvenes de ciudad viven día a día, al ser perseguidos por las autoridades y ser tratados como delincuentes por su apariencia y forma de vestir (salvaje que ofende a los demás), en una discriminación generacional y clasista, que se genera por falta de comunicación intercultural y conocimiento de las culturas alternativas que adoptan los jóvenes de la ciudad de México.

Grupos como The Cavernarios, Los Explosivos, Telekrimen, Rebelt Cats, Los Gatos, entre otros han sido producidos por Grabaxiones Alicia, y mediante sus ruidos que aportan como el *garaje*, *surf* y *rockabilly*, se manifiestan en contra de los sonidos que ofrece la industria cultural de la música. Por lo que, la propuesta de la disquera muestra el rechazo hacia hegemonía cultural.

En su mayoría, los músicos que han pertenecido al sello del Alicia son jóvenes marcados por el contexto social de su generación, que han vivido cambios políticos y sucesos generacionales importantes. De tal manera, que estos músicos desde sus influencias y formas de conceptualizar la música crean sus melodías y manifiestan sus emociones a través de los ruidos, como es el caso de Austin Tv, quienes se dicen pertenecer a una generación del vacío, donde las oportunidades de vida y las promesas de un mejor futuro se han terminado, todo parece estar hecho y las canciones ya se han escrito. Grabaxiones Alicia produce *Rucci* del grupo Austin Tv en el 2003.

Rucci

(Austin TV, 2003)

La canción inicia con una atmósfera espacial, que con los ojos cerrados permite ver y tocar las estrellas, la naturaleza hace su presencia en cada acorde tocado y la batería marca el ritmo de la fantasía. Pasa un minuto y la velocidad aumenta, las guitarras se incorporan en su totalidad, los redobles de la tarola marcan pausa pero a la vez aceleran la melodía, el sonido de las cuerdas se aderezan con una distorsión que libera un grito que promete ser escuchado, de repente la velocidad y el volumen disminuye estrepitosamente para que en el minuto 2 con 3 segundos entre un fragmento de la película *Veneno para las hadas* de Carlos Enrique Taboada de 1984, este termina y la tarola arrebatada el mando de la canción para indicar el momento donde las emociones se liberan y fluyen con el rasgueo de las guitarras y el sintetizador, la catarsis crece en cada segundo, por un momento toma un respiro y luego continua para que finalmente se desvanezca y termine el sueño.

La canción *Rucci*, del grupo Austin Tv se ha convertido en un himno generacional para algunos jóvenes de la ciudad de esta última década. La melodía sin

letra podría mostrar la decadencia social, la falta de creación, el desinterés, el silencio de la voz. Sin embargo, la estridencia y atmósfera sonora señala las emociones que la juventud tiene hacia la sociedad que no les ha brindado un mundo mejor, donde los sueños al parecer son inalcanzables y las esperanzas se han agotado. Por lo que, el sonido de Austin Tv se une al sonido de Grabaxiones Alicia, para ser parte del rechazo hacia lo establecido, las canciones bonitas de amor, y con su ruido que generan gritan a la sociedad que algo está mal y que cada día es peor, por lo que es tiempo de cambiar.

Grabaxiones Alicia produce diferentes tipos de discursos, a través de la palabra que se rebela ante la autoridad y de los sonidos que expresan emociones causadas por el contexto social que se vive. Ambos discursos se revelan ante la sociedad a través del fonograma para que esta los conozca, reproduzca, difunda y al final los conserve.

Los sonidos y ruidos que se producen en Grabaxiones Alicia, una vez que circulan en la calle dejan de pertenecer al sello discográfico y al grupo, para ser parte de la gente y su cultura, de las personas que se identifican con la música que produce el Alicia. Grabaxiones Alicia se ha encargado en estos últimos años de ser una propuesta de industria cultural independiente, la cual ha producido bienes culturales para la población del DF y el resto del mundo. Siendo importante, por su alto consumo y empatía entre algunos jóvenes de la ciudad.

En conclusión, Grabaxiones Alicia es un cronista sonoro que a través de las sustancia auditivas que produce narra lo que sucede en la Ciudad de México, que registra y difunde ruidos y sonidos que nacen en la capital. La música que se encuentra dentro de las cajas de los discos de Grabaxiones Alicia, es el eco de los manifestantes que se dirigen hacia el Zócalo para reclamar justicia y la devolución de sus tierras al gobierno, el gemido de cansancio del comerciante que trabaja más de diez horas para solventar sus gastos, los claxon que hacen latente el stress y la sobrepoblación de los ciudadanos, el disparo que atemoriza a la ciudad y le recuerda la inseguridad que se vive día a día y el grito de un niño que pretende llamar la atención de sus padres y que solo pide un poco de atención y amor.

Grabaxiones Alicia, es el único sello completamente independiente, más que por sus formas de producción autogestivas, su independencia radica en la libertad de

pensamiento, en la ideología libertaria que existe en la mayoría de los músicos y trabajadores del Alicia, por lo que sus producciones en esencia son libres y no buscan pertenecer al *mainstream*. De tal manera, que la música que se produce en Grabaxiones Alicia comunica, agita es “Música contra el poder”, contra la hegemonía que busca imponer las autoridades y es parte de la lucha, que muchos de los ciudadanos libran día a día en contra de la desigualdad, la discriminación y el abuso de poder.

Grabaxiones Alicia es la sinfonía que acompaña a muchos de los ciudadanos en el transcurso de sus días y les da la esperanza de que la situación puede cambiar, y que hay más personas que están en acción por un país mejor.

Conclusiones

Los ruidos, el sonido y la música hablan del lugar donde se producen, son la perfecta postal que hacen recordar los momentos en que se escuchan. Son la voz de quien los crea y están impregnados con su esencia. Su compás de tiempo marca la velocidad en que el mundo gira. Para finalmente, apropiarse de quien los oye, ¡dime qué escuchas y te diré quién eres!

A través de los cuatro capítulos se ha abordado en específico la industria musical, y con ello los sellos discográficos independientes en la Ciudad de México, el cual es el tema principal de este estudio.

Así, se conoce que la industria discográfica es importante en la sociedad, ya que es uno de los medios de entretenimiento y comunicación, que llegan directo a las personas, debido a su facilidad de transmisión. Por lo que, el papel que desempeñan es de suma importancia para la humanidad, ya que mediante los sonidos que producen pueden transformar ideologías

La industria musical, como parte de la industria cultural, cumple con el objetivo de realizar productos culturales para la sociedad, artículos que entretienen pero que al mismo tiempo informan o transmiten mensajes. Por lo que la música (el fonograma), es un objeto cultural que se inserta con facilidad en la vida diaria, ya sea a través del disco o en su transmisión vía radio o cualquier otro medio.

Asimismo, los sonidos que produce la industria musical están compuestos de contenidos ideológicos y culturales, que pueden cambiar a la sociedad. Esta industria ha sido monopolizada por las instituciones y las corporaciones. La efectividad que tienen los mensajes dentro de la música, es uno de los motivos principales para que se recurra a este medio.

En la actualidad la industria musical está controlada por cuatro principales corporativas discográficas, mejor conocidos como las *Big Four: Universal Music Group, Sony Music Entertainment, Warner Music Group y EMI*, todas ellas cuentan

con subsellos, alianzas y bases de operación por todos los continentes, de tal manera, dominan la escena discográfica mundial.

Los productos culturales que están realizando las grandes compañías transnacionales se dirigen hacia una sociedad (sociedad de masas) que no se resiste ante la música que la industria le ofrece. Su facilidad de digerir los contenidos suaves y superficiales, es lo que hace atractivo el consumo de estos productos, por lo que estos sonidos son los más escuchados en la ciudad y en cualquier parte del mundo, esta es la música que moldea sujetos para la construcción de un “sistema perfecto”, una sociedad subordinada y que no se rebela ante el poder.

De tal manera, la industria musical es dirigida por las clases dominantes que buscan el control total sobre los individuos, éstas actúan bajo los principios de cálculo y efecto, y los objetos culturales que produce (la música), no son obras de arte, ni tampoco piezas de contemplación, solo son objetos seriadas que tienen como fin hegemonizar. Las piezas sonoras que desarrollan contienen discursos y contenidos que benefician a sus intereses económicos e ideológicos, e inundan con éstas todos los espacios del hombre, apropiándose del pensamiento de quiénes las escuchan.

Ante esta situación, se encuentra el otro lado de la música, de industria discográfica independiente, que produce ruidos en rechazo de los sonidos que las *majors* ofrecen, que nace durante principios del siglo XX, por la necesidad de producir mensajes y contenidos, que en ese tiempo no se encontraba en la música producida por el *mainstream*. En un principio, graban canciones de personas de raza negra, que eran marginadas por la industria musical, porque sus sonidos no eran comunes para la sociedad y las letras versaban acerca de las vicisitudes de ser negro, esclavo o discriminado. Este era el inicio del *blues*, y comenzaba a abrirse una brecha en el catálogo musical, en la industria del disco.

En este sentido, a partir de la marginación artística es como el hombre recurre a nuevas formas de creación y producción, como ejemplo, las personas de raza negra al ser excluidos de la industria musical deciden ponerse en acción, y grabar su música. En la actualidad, la producción independiente es una opción viable para aquellos que han

sido rechazados por las disqueras transnacionales y buscan una vía de difundir su música, en donde sus sonidos y discurso no tienen cabida.

Las disqueras independientes nacen por la necesidad de producir sonidos y mensajes que no encuentran en la industria discográfica “comercial”. En el caso de la Ciudad de México, muchas han surgido del gusto por la música, para algunos es su *hobby* en los tiempos libres y para otros es su modo de vida. Sin embargo, todas tienen como objetivo producir ruidos y sustancias auditivas para el mundo.

El funcionamiento de los sellos discográficos independiente siempre es diferente, éste no se desarrolla bajo alguna fórmula establecida, como en las *majors*, se basa en las dimensiones que la disquera tiene. Existen todo tipo de compañías discográficas independientes, grandes, medianas y pequeñas, desde las que tienen presencia en muchos países del mundo y gozan de un catálogo basto, hasta pequeñas *indies* que realizan una decena de discos y los empacan artesanalmente. Las disqueras independientes constantemente tienen que replantear su forma de trabajo, tienen que adecuarse para su subsistencia, y aprenden de otras que están en la misma condición de producción. Muchas de ellas intentan producir trabajos honestos y de calidad, y además valoran y respetan al músico, le dan el valor que se merece, el que las disqueras corporativas le habían quitado. La ganancia es la reproducción ideológica social, como menciona Ramón Zallo, en el Mercado de la Cultura (1992), con la convicción de una propuesta estética diferente a la del *mainstream.K*.

También, es necesario mencionar que la industria independiente siempre ha estado ligada con la tecnología, ésta ha sido fundamental en su desarrollo, en un principio ayudó para que la música pudiera ser registrada en un formato físico, y con el tiempo, llegó a los sellos independientes. Es así, a partir de la década de los 80's se genera el *boom* de las *indies*, surgen cientos de sellos independientes por todo el mundo y miles de grupos son grabados, para los siguientes años se vuelve una forma de producción respetada en la industria musical. Y finalmente, durante el nuevo milenio, con el abaratamiento y desarrollo de las nuevas tecnologías, la industria musical independiente se ha vuelto sólida y continua produciendo ruidos para la sociedad.

En México, hablar de la industria musical independiente suele ser enigmático, no se conoce mucho del tema y el campo de estudio aún está desolado. Existen algunos intentos por abordar el tema, pero solo ha sido superficialmente, solo se han realizado artículos para revistas. El tema de la música es tratado con mucha ligereza, ya que suele ser para algunos, sólo entretenimiento.

En cambio, en países como Inglaterra, Estados Unidos, Argentina, España, entre otros, la industria musical independiente está presente, en principio existe un gran número de *indies*, en las tiendas de música hay fonogramas para su venta, el gobierno mediante las instituciones encargadas de cultura apoya y financia a las independientes, muchas de ellas han nacido bajo el patrocinio de las instituciones y otra cuantas logran subsistir mediante sus financiamientos. La música y sus formas de producción han sido un campo de estudio para investigadores, la prensa y sus periodistas realizan artículos a profundidad acerca el tema.

Sin embargo, ante los obstáculos que existen en el campo de estudios, para la recopilación de información, se ha hecho un intento por abordar este tema y en esta ocasión, se realizó una investigación en la Ciudad de México, donde se contabilizaron 83 *indies* y se analizaron tres, para conocer su historia, formas de producción, así como los discursos que producen.

Es así, que se conoce la amplia variedad de disqueras independientes que laboran en la Ciudad de México, hay disqueras que nacen en otros estados y países y se acercan a la capital para ampliar su mercado, también existen las que nacen a partir de otros proyectos culturales, como grupos de música o colectivos de arte sonoro y *DJ's*, y las que fueron creadas por placer o curiosidad, en general en todas hay entusiasmo por la música y su producción.

Todas ellas, funcionan y se organizan desde sus posibilidades y necesidades; el número de empleados es casi siempre pequeño, sus formas de maquila y distribución, dependen de los objetivos que tengan, ya que hay *indies* que recurren al formato digital, mp3, wav, aac, etcétera, y distribución vía internet, *net label*, y las que prefieren distribuir sus discos en tianguis y conciertos, nuevamente con el formato del acetato.

Las que hacen un tiraje de 500 discos y lo ofrecen de mano en mano y las que distribuyen en tiendas departamentales. En general, todas tratan de hacer lo mejor posible desde sus trincheras de operación, con los recursos económicos y sociales que tienen, para subsistir y continuar con su labor.

En breve, es necesario mencionar que la situación de las *indies*, en la Ciudad de México cada vez es más delicada, la falta de capitales económicos provoca que cada mes muchas dejen de operar, y la falta de apoyo por parte de las instituciones como Secretaría de Cultura y los medios de comunicación hacen más complicado el panorama de vida de éstas. Muchas de las disqueras independientes trabajan entre la delgada línea de la desaparición y otras buscan alianzas o fusiones con otras disqueras para su continuidad. El trabajo que desarrollan las disqueras independientes ha sido poco tomado en cuenta, pero su importancia debe de ser difundida, como sucede con otras industrias que producen cultura. Las *indies* deben aparecer en el mapa de la industria musical; de gozar de los mismos beneficios que las disqueras transnacionales tienen, su apertura al mercado y su fácil difusión y distribución debe de ser una constante en su accionar de trabajo.

Asimismo, la función más importante que realizan estos sellos discográficos independientes, es producir discursos que dicen lo que las *majors* no se han atrevido a expresar. Son la voz de la disidencia, de los que piensan y expresan diferente a lo establecido. Sus producciones hablan del contexto social en el que se vive, de lo que los habitantes de esta gran urbe quieren manifestar: pensamientos, ideologías, sentimientos y emociones, y que lo exteriorizan a través de sonidos, ruidos, y letras. Es la música que muchos ciudadanos quieren escuchar. Los consumidores de música independiente, saben lo que éstas producen, conocen los discursos y mensajes que tratan, se identifican con lo que escuchan y conocen de la importancia de apoyar este sector fonográfico.

Sin embargo, los habitantes de la Ciudad de México, en su mayoría, desconoce el tema, aún no está familiarizado con el término disquera independiente, ni mucho menos conoce o distingue las producciones que se realizan bajo los sellos. Aún no se

han dado cuenta de los sonidos que producen las independientes, ni se han dejado envolver por los sonidos que seguramente les deleitarían.

Como se ha dicho anteriormente, las *indies* producen diferentes sustancias auditivas, que estimulan los diferentes oídos de las personas que habitan esta ciudad. Desde géneros musicales como el jazz, rock, electrónica, folk, tradicional, blues, etcétera, hasta fusiones y experimentos auditivos, que envuelven y dan soporte a los contenidos y mensajes que se quieren expresar. Sin embargo, entre los sonidos que más abundan dentro de la producción independiente se encuentra el rock, generó en el que se ha realizado énfasis en esta investigación.

El rock ha acompañado a las *indies* en su desarrollo, ambos luchan por su subsistencia, y se identifican por luchar contra el sistema. Los dos han nacido a partir de la marginación, y a través de su historia se les ha intentado callar. El rock se ha apoyado en la producción independiente para evolucionar, ha sido el trampolín para ser tomado escuchado y posteriormente ser parte del *mainstream*. Cada vez que el rock se reinventa y regresa a sus orígenes la producción independiente abre sus puertas. Así como la música popular pertenece a las grandes discográficas transnacionales, el rock se ubica en la independencia.

El rock en México siempre ha sido independiente, desde sus inicios solo fue recibido por estas disqueras, a través de su historia la industria independiente le ha dado el valor que se merece, ha respetado y apoyado su propuesta. En cambio, algunas veces las *majors* han tratado de trabajar con este sonido, pero con el tiempo lo transforma, le quita la peligrosidad e ingenio y lo usa para su bienestar, por lo que al final ya no es rock.

Es así, que de las 88 *indies* actuales en el valle de México, el 75% se dedica a la producción de rock y sus ramificaciones. La industria independiente se identifica con el rock, y este acude a sus formas de producción, porque la industria discográfica transnacional le ha cerrado las puertas. Solamente bajo las producciones independientes se pueden encontrar los diversos géneros que se desarrollan en el rock. Desde el punk hecho por los marginados, hasta el screamo más ruidoso. Las disqueras independientes ofrecen lo que las *majors* no tienen en sus grandes catálogos, libertad.

Se analizaron en específico tres disqueras independientes en la Ciudad de México, Iguana Records, Molécula Records y Grabaxiones Alicia, todas trabajan con rock, cada una en la ramificación que más le gusta y se acopla, comparten un mismo contexto social y laboran bajo las prácticas de autogestión. Las tres se encuentran en una constante lucha por la subsistencia y del mismo modo están en contra de lo que la industria musical transnacional ofrece, la dominación cultural.

Asimismo, estos tres sellos discográficos producen sustancias auditivas, que incluyen mensajes y contenidos, que finalmente son discursos que van dirigidos a la sociedad, los cuales contienen ideologías que no obedecen a los intereses del poder dominador.

Sin embargo, estas *indies* están produciendo diferentes tipos de discurso, Iguana Records habla de los pensamientos, ideologías, sentimientos y emociones que los jóvenes tienen en esta época, Molécula Records versa sobre los temas que nadie habla, crea una realidad muy alejada a la verdadera, se ausenta de este mundo para ubicarse en uno mejor, y Grabaxiones Alicia desarrolla contenidos sociales de esta gran urbe, lo que la gente de barrio y calle cuenta.

Cabe señalar, que estas disqueras no solo producen discursos mediante la palabra y la voz, también ofrecen mensajes a través de los sonidos, las sustancias auditivas hablan de las emociones del humano, por lo que el ruido, el sonido, el silencio se hacen presente en sus grabaciones y expresan lo que las letras y el canto aún no pueden decir. La libertad que ofrecen estas disqueras a los músicos es lo que da como resultado que se produzca una gran cantidad de contenidos.

Es necesario mencionar que las disqueras independientes además de producir diferentes tipos de discursos, igualmente tienen una responsabilidad social. Iguana Records trabaja con jóvenes, les ofrece oportunidades que antes no tenían, les ayuda a su profesionalización, Molécula Records intenta con sus producciones hacer la vida más alegre (más leve), mediante sus grabaciones buscan regresarle a los individuos un poco de felicidad y “evitar suicidios”, y Grabaxiones Alicia ofrece su infraestructura a los músicos que no tienen los recursos para grabar, además los encamina en su desarrollo y les enseña a trabajar en el camino de la autogestión.

Cada una de estas *indies* tiene sus características que las distinguen, Molécula Records además de su peculiar sonido de indietronica (pop, rock, electrónica) basa su producción en lo estético, ya que tanto sus portadas de discos como el *booklet*, están diseñados cuidadosamente bajo un estilo particular, el cual es la moda inglesa retro de los años 60's y 70's, aderezado con un toque de pop ibérico, Iguana Records, trabaja diferentes conceptos para sus discos, basados en el estilo de música que el grupo toque y la imagen que proyecte, Grabaxiones Alicia se diferencia del resto por su línea de producción, se ha especializado en la grabaciones de rockabilly, surf y garaje, además su arte gráfico tiene un estilo particular, navega entre el arte punk, los collage y la caricatura. Estas pequeñas diferencias que se señalan muestran la riqueza visual y auditiva que hay dentro de las producciones independientes.

Igualmente, estas disqueras independientes no solo producen objetos culturales para la sociedad, sino que le ofrecen otras alternativas de consumo cultural y musical, donde se exponen otras perspectivas de vida, se conocen otras ideologías, se abordan los sentimientos de diferentes maneras y las emociones se expresan en sus diferentes cambios.

Estos ejemplos de disqueras independientes son una muestra de las 88 *indies* que existen en la ciudad, cada una con sus características particulares, sonidos, formas de producción, mensajes, contenidos, arte grafico, etcétera. Todas ellas con un mismo fin, producir música y ser una alternativa más en la industria musical. No obstante la situación por la que están atravesando no es buena. El sistema mundo, la crisis mundial, hace que su existencia cada día sea más difícil. El apoyo nulo por parte de las instituciones y la competencia desleal de las grandes discográficas, así como la falta de apoyo por parte de los medios de comunicación y la difícil distribución de mercancía, han provocado que muchas de estas disqueras independientes piensen en cerrar y las condiciones para continuar operando cada vez se complican más.

Ante esta situación, es necesario realizar un plan emergente de acciones, para apoyar a la industria musical independiente. Es así, que a partir de la investigación realizada, mediante la metodología y las técnicas de investigación, se propone lo siguiente.

1. La creación de un colectivo de disqueras independientes.
2. La elaboración de un manifiesto, de reivindicación y comercio justo por parte de las disqueras independientes.
3. La realización trimestral de muestras del disco independiente, en toda la República
4. La construcción de una página *web*, que informe sobre las disqueras y el colectivo de disqueras independientes, así como el servicio de descarga y venta de fonogramas.
5. La realización de diferentes canales de difusión, como revistas, programas de radio y T.V. por internet.
6. La creación de un establecimiento para el libre comercio de mercancías.

Con estas medidas se pretende apoyar a la industria musical independiente, para que continúen produciendo ruidos para la sociedad, y siga siendo una alternativa más de producción cultural. De tal manera, ahora que se conoce más del tema es necesario continuar con la investigación y extenderla a otros estados del país, y hacerla llegar a las autoridades correspondientes, para que actúen ante tal problemática, ya sea a partir de financiamiento económico o apertura de espacios públicos para el comercio de mercancías.

Finalmente, se espera que esta investigación sirva para dar a conocer un poco sobre la industria discográfica independiente, mostrar un pequeño panorama de las alternativas de industria cultural que existen en el país. Así, como colocar a las *indies* en el mapa de la industria musical. Que los lectores esporádicos de esta investigación hagan conciencia de otras formas de producción y se acerquen a las sustancias auditivas que están produciendo las disqueras independientes en el valle de México, ya que a través de ellas se puede conocer más del entorno y del contexto social en el que estamos inmersos.

“Todos necesitamos mirar menos y escuchar más, lo que nos hará tener aún más discernimiento....Quizás así descubriremos que el mundo *puede ser* un lugar mejor”
(Sir George Martin, 2007:11)

Fuentes de información

Bibliografía

Aguilar, Á. y J. Hernández (1993), *Simpatía por el rock, industria, cultura y sociedad*, México: UAM.

Aretz, Isabel (1987), *América latina en su música*, México: Siglo XXI.

Attali, Jacques (1995), *Ruidos. Ensayo sobre la economía política de la música*, México: Siglo Veintiuno Editores.

Bell, Daniel (1992), *Industria cultural de masas*, Venezuela: Monte Ávila.

Blanco, Víctor (2006), *Rockstalgia, crónicas rocanroleras, Años 50's y 60's*, México: Editorial Diana.

Briggs A. y P. Burke P (2006), *De Gutenberg al internet, una historia social de los medios de comunicación*, México: Taurus.

Buck S. y N. Rabotnikof (1981), *Origen de la dialéctica negativa. Theodor W. Adorno, Walter Benjamín y el Instituto de Frankfurt*, México: Siglo XXI.

Castells, Manuel (2009), *Comunicación y poder*, España: Alianza Editorial.

Comp. Autores varios (2006), *Disqueras independientes, primer y segundo encuentro de disqueras independientes, 2004 y 2005*, México: Dirección General de Publicaciones y Fomento Cultural.

Comp. Autores varios (2008), *Radiografías de la radio*, México D.F: IMER.

Comp. Autores varios (2004), *Una historia hecha de sonidos, Radio Educación: La innovación en el cuadrante*, México: Comisión Nacional de libros gratuitos.

Cruz Rivero, Juan (1999), *Modernidad e Industria cultural*, México: Plaza y Valdés.

Curran, J. et al., (1998), *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y posmodernismo*, Barcelona: Paidós.

Dimery, Robert (2007), *1001 Discos que hay escuchar antes de morir*, España: Grijalbo Mondadori.

Éstevez Trujillo, Mayra (2008), *Estudios sonoros desde la región andina*, Ecuador-Colombia: Tramaediciones.

García Canclini, Néstor (1981), *Cultura y Sociedad: Una introducción*, México: SEP.

García Canclini, Néstor (2004), *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*, Barcelona: Ediciones Gedisa.

García, Parménides (2007), *El rey criollo*, México: Editorial Planeta.

Gillett, Charlie (2003), *Historia del rock. El sonido de la ciudad, desde sus orígenes hasta el soul*, Barcelona: Ediciones Robinbooks.

Ginger, Salvador (1979), *Sociedad de masas: Crítica del pensamiento conservador*, Barcelona: Península.

González, Jorge (1994), *Más (+) cultura(s). Ensayos sobre realidades plurales*, México: Conaculta.

Heatley, Michael (2007), *Rock & Pop. La historia completa*, Barcelona: Ediciones Robinbook.

Hebdige, Dick (2004), *Subcultura. El significado del estilo*, Barcelona: Paidós.

León, Jorge (2009), *La industria musical y los derechos de autor*, México: Editorial Porrúa.

Lizarazo, Diego (2002), *Un rastro en la nieve. Comunicación comunitaria en el mundo de la globalización comunicativa*, México: CETE.

López, María Teresa (2010), *Alicia en el espejo. Historias del Multiforo Cultural Alicia*, México: Ediciones Alicia.

Manovich, Lev (2005), *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*, Barcelona: Paidós.

Millan, Margarita (1983), *Cultura e industria cultural: Aproximación teórica al problema de la cultura*, México: UNAM.

Morín E. y Adorno (1967), *La industria cultural*, Buenos Aires: Galerna.

Murray Schafer, R. (1969), *El Nuevo paisaje sonoro*, Buenos Aires: Ricordi Americana.

Murray Schafer, R. (1993), *Voices of tyranny temples of silence*, Canada: Arcana Editions.

Nietzsche, Friedrich (2009), *Más allá del bien y del mal*, México: Ediciones Leyenda.

Ortega y Gasset, José (1993), *La rebelión de las masas*, España: Planeta.

Ramírez, José Agustín (2007), *El rock de la cárcel*, México: Debolsillo.

Ramírez, José Agustín (1996), *La contracultura en México*, México: Debolsillo.

Ramírez, José Agustín (2001), *Los grandes discos del rock 1951-1975*, México: Planeta.

Sennett, Richard (2003), *El respeto. Sobre la dignidad del hombre en un mundo de desigualdad*, Barcelona: Anagrama.

Shuker, Roy (2005), *Diccionario del rock y la música popular*, Barcelona: Ediciones Robinbooks.

Swingewood, Alan (1979), *El mito de la cultura de masas*, México: Premia.

Thompson, John (1993), *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, México: UAM.

Urteaga, Maritza (1998), *Por los territorios del rock. Identidades juveniles y rock mexicano*, México: CONACULTA.

Villoro, Juan (1986), *Tiempo transcurrido, (crónicas imaginarias)*, México: Fondo de Cultura Económica.

Wolf, Mauro (1987), *Contextos y paradigmas, en la investigación de la comunicación de masas*, España: Paídos.

Yúdice, George (2007), *Nuevas tecnológicas, música y experiencia*, Barcelona: Editorial Gedisa.

Zallo, Ramón (1992), *El mercado de la cultura: (estructura económica y política de la comunicación)*, España: Tercera Prensa.

Hemerografía

Cuenca, A., Guillot, E., Lenore, V., Moran, D., Rodríguez, D., “La música española de hoy vista por la generación del siglo XXI”, en *Revista Rockdelux*, Número 259, Febrero 2008, España, Madrid, pp. 6-15.

Giménez, G. “Culturas e identidades” en *Revista mexicana de sociología, Instituto de investigaciones sociales*, Número especial, 2004, México, D.F., pp. 77-99.

Molina, T. “Internet, fundamental para difusión de las disqueras independientes” en *La Jornada*, 2006, Número 8013, México, D.F., pp. 34.

Ortiz, O. “Rock and Roll, cultura y memoria colectiva en un mundo global”, en *Revista Secuencia*, Número 72, Septiembre-Diciembre de 2008, México D.F. pp. 139-169.

Medios Electrónicos

Arcos, E. (2003) “Por qué la RIAA y las disqueras apestan” en *Hipertextual*. Disponible en: <http://alt1040.com/2003/09/por-qu-la-riaa-y-las-disqueras-apestan> (Fecha de consulta: 25-03-2008).

Halasa, J. (2009) “Rock and Roll” en *The Encyclopedia of Cleveland History*. Disponible en: <http://ech.cwru.edu/ech-cgi/article.pl?id=RR> (Fecha de consulta: 15-03-2010).

Hall, S. (2006) “Codificar y decodificar”, en *Nombre Falso, comunicación y sociología de la cultura*. Disponible en: <http://www.nombrefalso.com.ar/apunte.php?id=22> (Fecha de consulta: 15-02-2009).

Hernández, J. (2009) “Construyendo una industria cultural sostenible” en *Dialogo digital.com*. Disponible en: <http://dialogodigital.com/es/debate-mediatico/2009/10/construyendo-una-industria-cultural-sostenible> (Fecha de consulta: 1-10-2009).

Licona, S. (2008) “Buscan potenciar industria cultural” en *El Universal.com.mx*. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/cultura/57570.html> (Fecha de consulta: 1-10-2008).

Piedras, E. (“Industrias Culturales para el desarrollo integral en México y América Latina” en *The CIU*. Disponible en: <http://www.iadb.org/OM/pdf/EPiedrasP1.pdf> (Fecha de consulta: 11-09-2008).

(2007) “Blender’s 100 Greatest Indie-Rock Albums Ever” en *Stereogum*. Disponible en: http://stereogum.com/7175/blenders_100_greatest_indie_rock_albums_ever/list/ (Fecha de consulta: 23-09.2008).

(2009) “En 2008 creció más la venta de vinilos que de CD” en *Diario Los Andes*. Disponible en: <http://190.3.11.106/notas/2009/1/7/estilo-401947.asp> (Fecha de consulta: 23-04- 2009).

“Generación de ingresos por Industrias Culturales en Argentina” en *Scribd*. Disponible en: <http://www.scribd.com/doc/17482412/Generacion-de-Ingresos-por-Industrias-Culturales-en-Argentina> (Fecha de consulta: 19-07-2009).

Video

Naylor, W. Episodios 1-7, *Seven ages of rock* (2007), Reino Unido, BBC, 26-07-2007.

Toller, B. et al., *I Need That Record. The Death (or Possible Survival) of The Independent Record Store* (2008), Estados Unidos, Brendan Toller Productions, 31-05-2010.

Recort, V. *Los chicos de los discos* (2010), España, ESCAC, 10-06-2010.

Entrevistas

Sello Discográfico Iguana Records.

Fecha: 09-07-2010.

Nombre: Leopoldo Velázquez Mateos.

Currículum: Siempre ha estado vinculado en la industria musical, ya que trabajó 19 años en Polygram en diferentes aéreas, como almacén, supervisor, gerente, vendedor, etc. Una vez que es liquidado cuando surge la fusión entre Polygram y Universal decide poner un negocio de transfer el cual después se convierte en una disquera independiente.

E= Entrevistador.

P= Participante.

E: ¿Qué significa Iguana Records?

P: Es un nombre, lo que pasa es que cuando puse iguana le habíamos puesto otros nombres pero no pasó y el corredor estaba en Secretaría de Relaciones para dar de alta y entonces llamó, y le dije, ponle iguana records y pasó.

E: ¿Cuándo surge Iguana Records?

P: En el 2001.

E: ¿Cuál es el objetivo de Iguana Records?

P: Sacar a nuevas bandas y posesionarnos en el mercado. Darle la oportunidad a las nuevas que vallan surgiendo.

E: ¿Cómo funciona y se estructura Iguana Records?

P: Somos cuatro, pero próximamente se sumarán otras personas, ya que acaban de salir tres. Y cada quien tienen su función específica, yo soy todólogo, pero ellos especialmente se dedican a su área, ventas, pedidos, facturación, promoción, distribución y más.

E: ¿Iguana Records está en todo el proceso de producción de un disco o en qué momento participa la disquera?

P: La banda nos trae su disco y checamos si está bien grabado, la mezcla, que esté bien masterizado y si no lo está se manda a masterizar, y salimos al mercado, se manda a maquilar y empezamos con la promoción.

E: ¿Cómo seleccionas a los grupos?

P: Yo no soy músico como los demás, pienso que esto es una gran ventaja ya que tengo un oído como más a lo comercial, lo que le gusta a la gente. Y las bandas que llegan conmigo lo primero que les pido es su material grabado y les pido que me marquen después, hay que tener un poco de paciencia porque siempre estoy ocupado, pero si me interesa cuando me llaman les hago una cita, les platico cómo trabajamos y de ahí se ve si podemos tener un acuerdo.

E: ¿Cómo es la difusión y distribución del material discográfico?

P: La difusión la hacemos con lo que tenemos nuestro alcance, como en radios públicas, Reactor 105, Interferencia, Ibero, Radio Mexiquense, revistas, periódicos e internet y metemos el disco en Mixup, Mr. City en Guadalajara, librerías Gandhi y otras tiendas, aunque próximamente incursionaremos en tiendas departamentales.

E: ¿Cuál es la diferencia que hay entre una disquera independiente y una *major*?

P: Presupuesto, yo en la transnacional siempre estuve en ventas y si necesitábamos algo teníamos a la gente de prensa, televisión, radio, todos ellos hacían promoción, yo solo tenía que acomodar los discos en la tienda, que estuvieran bien exhibidos, y la parte de promoción es la que hace que se venda, entonces la transnacional tiene gente para todo, para difusión, esto es presupuesto, entonces la diferencia es abismal.

E: ¿Qué oportunidades tienen las disqueras independientes ante las *majors*?

P: No es que tengas oportunidades con las gigantes o no, ellos tienen artistas hechos e invierten mucho en promoción, entonces es más bien como sobrevivimos las independientes, ahora que casi no se venden discos y con esta parte digital y los cambios que vienen.

E: ¿Esta forma de producción independiente es viable en cuestiones culturales y económicas, ante el sistema comercial de la industria cultural?

P: Pues es lo que tratamos día a día, subsistir y pienso que en este viaje están las otras independientes.

E: ¿Cómo defines el sonido de Iguana Records?

P: Rock y buena música.

E: ¿La música independiente que se está produciendo en México tiene un sonido en particular?

P: En algunos casos si, el sonido en particular lo tenemos los que estamos haciendo música desde la vía independiente y de ahí pues hay muchos sonidos.

Grupo: Ágora.

Fecha: 19-07-2010.

Nombre: Eduardo Contreras.

Currículum: Es vocalista de Ágora, grupo de rock metal progresivo, es uno de los más importante del país y cuenta con 10 años en la escena musical independiente y tres discos.

E= Entrevistador.

P= Participante.

E: ¿A qué disquera pertenece Ágora?

P: Iguana Records.

E: ¿Cómo fue su inserción en la compañía disquera?

P: Habíamos sacado los primeros discos con otras disqueras, pero al reeditarlos buscamos a Iguana Records, porque sabíamos que era una buena opción.

E: ¿Qué significa pertenecer a una disquera independiente?

P: Pues es muy bueno, porque ellos tienen la infraestructura que necesitamos para que nuestros discos se coloquen en varias partes del país.

E: ¿Qué ventajas y desventajas tiene pertenecer a Iguana Records?

P: Pues para nosotros solo son ventajas, ya que ellos no se meten en la parte creativa y podemos hacer nuestra música. Pienso que Iguana Records es una de las mejores opciones dentro de las disqueras independientes, porque ellos le dan mucho énfasis a la parte de difusión de los discos y eso no lo tienen las demás.

E: ¿Qué tipo de difusión existe cuando se pertenece a una *indie*?

P: Pues Polo se encarga de meter el material en el mayor número de medios posibles que pueda, él se la sabe, aunque esa también es tarea de nosotros, todos en conjunto hacemos una buena labor y a pesar de que en la ciudad no haya estaciones especializadas en metal, nuestra música se logra colar en los pequeños espacios que programan este tipo de música.

E: ¿Cómo es el proceso artístico cuando se pertenece a una disquera independiente?

P: Libre, totalmente libre. Estoy seguro que una disquera de las grandes no nos permitiría tocar este tipo de música, es más a ellos no les interesa.

E: Describe como es el sonido propio de tu música.

P: Puro rock, metal progresivo para gente conocedora.

E: ¿En términos de concepto que es lo que quieres decirle al otro?

P: Somos una alternativa más, intentamos hablar de cosas que nos importan a partir de sonidos que no son tan populares. Y tratamos de mantener la escena metalera vigente.

E: ¿Crees que la música independiente tiene un sonido en particular?

P: Pues sí, a través de la independencia hay muchos estilos y géneros, pero lo importante de la independencia es hacer música como se te antoje, hacer lo que las transnacionales no nos permitirían.

Sello Discográfico Molécula Records

Fecha: 07-06-2010.

Nombre: Arlo Guzmán Madrigal.

Currículum: Es dueño y director de Molécula Records, además es diseñador gráfico y músico involucrado en proyectos musicales como Delicado Sónico y Estrellita Mi Alegría. Es especialista en la escena musical independiente y da exclusivo seguimiento al pop en todas sus variantes.

E= Entrevistador.

P= Participante.

E: ¿Qué significa Molécula Records?

P: Molécula es ser una pequeña parte de todo lo que hay en la industria de la música, es contribuir con un granito de arena. Cuando inicié en esto, especialmente con mi banda Delicado Sónico no había muchas alternativas de la música que a mí me gustaba, había mucho punk, ska, dark y yo no me identificaba con todo eso, entonces inicié con mi banda y yo quería encontrar grupos que estuvieran como en la onda, primeramente la idea era sacar cosas de mi grupo, y después fue encontrar bandas pop, aunque tuvieran variantes como el punk, sonidos oscuros, trip hop, y más, entonces de ahí viene el nombre, es como ser parte, una molécula de todo eso.

E: ¿Cuándo surge Molécula Records?

P: Empezó en el 2001, pero eran discos de mi banda, Cd-R, y luego ya en 2003 fue cuando sacamos un disco ya oficial, que era un compilado de varias bandas, se llamaba *Ruido Amarillo*.

E: ¿Cuál es el objetivo de Molécula Records?

P: Sacar música y que le llegue a la gente, principalmente que haya música que transmita algo, que la gente quiera ir a escuchar a los grupos, que vea una homogeneidad en las bandas y que le interese el sello, que diga Molécula Records es igual a lo que a mí me gusta.

E: ¿Cómo funciona y se estructura Molécula Records?

P: En Molécula normalmente somos dos personas, pero normalmente soy yo el que lleva todo el rollo de contactar a los grupos que me gustan, tengo amigos muy cercanos a quienes les pido opinión para grabar un grupo y me ayudan a distribuir los discos a

llevarlos a estaciones de radio, revistas o alguna persona en especial que queremos que lo escuche y sepa de su existencia, pero generalmente soy yo y una o dos personas más que me echan la mano.

E: ¿Molécula Records esta en todo proceso de producción de un disco o en qué momento participa la disquera?

P: En algunas bandas donde estoy más involucrado o toco con ellas si estoy desde el proceso completo, desde la grabación. Normalmente no le exigimos nada a los grupos, de que no pueden grabar tal cosa o sonido, o de que tienen que sonar de esta forma, a nosotros nos dan el *master* terminado y ya nosotros lo mandamos hacer a la maquila y a veces intervengo en el proceso del diseño, haciéndoles el arte del disco.

E: ¿Cómo seleccionas a los grupos?

P: Normalmente me fijo en las bandas que me gusten, que me muevan, que me digan algo, no me fijo que suene de cierta manera, aunque si tú lo escuchas todo puede ir dentro del electro pop, pero ahí hay variantes.

E: ¿Cómo es la distribución y difusión del material discográfico?

P: Se hace con Noise Kontrol la distribución, y la difusión la hacemos nosotros, enviamos a todos los medios, a las radiodifusoras que pueden tener dentro de su *target* lo que nosotros hacemos y a revistas y sitios en internet que puedan hablar de los discos. También hacemos giras y conciertos y vemos la posibilidad de traer a los grupos que no son del país o de algún estado para que promuevan el disco.

E: ¿Cuál es la diferencia que hay entre una disquera independiente y una *major*?

P: La diferencia es que los grupos en una independiente no tienen que hacer citas y pasar por un montón de despachos para hablar con el mero mero para sacar el disco o que te tengan que estar cuartando tu libertad de expresión. En una independiente todo es más libre, los grupos pueden hacer lo que quieren, como quieren y generalmente no se les limita a las bandas o a los artistas, aparte la difusión, las disqueras grandes tienen la manera de hacer que sus proyectos suenen por todos lados y que aparezcan en la tele y en anuncios.

E: ¿Qué oportunidades tienen las disqueras independientes ante las *majors*?

P: Ya hay más oportunidades, porque la gente está interesada en encontrar sonidos no tan prefabricados o que te los metan a la fuerza, que los escuches mil veces y termines aprendiéndotelo o cantándolo, con las independientes la gente busca porque saben de su existencia o de algunas y ya de ahí se van interesando.

E: ¿Esta forma de producción independiente es viable en cuestiones culturales y económicas, ante el sistema comercial de la industria cultural?

P: Pues todo se está transformando ahorita, estamos en un momento en el que no se sabe que va a pasar, pero yo creo que si va a ser viable, con todos los medios que hay al alcance de los artistas para lanzar sus propuestas yo creo que sí, y cada es más viable a estar en una disquera grande, porque puedes lanzar tu canción de inmediato sin esperar a que ellos decidan sacarla, puedes lanzarla incluso sin tener el disco físico, que incluso no se sabe si en unos cinco años siga existiendo.

E: ¿Cómo defines el sonido de Molécula Records?

P: Pop triste para bailar.

E: ¿La música independiente que se está produciendo en México tiene un sonido en particular?

P: Este sonido varía mucho, pero tiene en común que es música honesta sin concesiones.

Grupo: Ella Tiene Dos Androides.

Fecha: 02-07-2010.

Nombre: Polo Vega.

Currículum: Es originario de Mexicali, Baja California y es integrante del grupo Ella Tiene Dos Androides, colabora con voz y guitarra, así como en la creación de ruidos y *beats* que definen el sonido de la banda. Es melómano y seguidor de las nuevas tecnologías como el internet.

E=Entrevistador.

P=Participante.

E: ¿A qué disquera pertenece Ella Tiene Dos Androides?

P: Molécula Records.

E: ¿Cómo fue su inserción en la compañía disquera?

P: No sabíamos de Molécula, ni conocíamos nada de la escena independiente, ni de disqueras y muy pocas bandas del país, ellos nos contactaron vía *Myspace* en 2009. Empezamos a platicar Arlo y nosotros, él dijo que le interesaba editarnos, pero el primer EP lo queríamos sacar todo nosotros mismos, entonces le pedimos que esperara, incluso nos invitó a tocar al DF, y fuimos en verano de 2009. Seguimos platicando, ganó nuestra confianza y amistad y para el segundo decidimos que fuera editada la versión física en Molécula, ya que se nos sigue permitiendo descargas gratuitas del EP, que es algo que nos interesa para que llegue al mayor número de oídos posibles.

E: ¿Qué significa pertenecer a una disquera independiente?

P: Significa muchísimo. En estos días es un gran logro que alguien se acerque a ti, crea en ti, y te diga "yo te quiero editar la versión física de tu música y no vas a tener que poner ni un peso para que la gente lo pueda tener en sus manos".

E: ¿Qué ventajas y desventajas tiene pertenecer a Molécula Records?

P: Nos conectan tocadas en D.F., se mueve el disco allá, se distribuye bien en otras partes y de desventajas no hay ninguna.

E: ¿Qué tipo de difusión existe cuando se pertenece a una *indie*?

P: No lo sé muy bien, sé que mandan el material a un cierto número de medios, una vez nos mandaron la lista de qué medios. Nos ha entrevistado Radio-B y la página de Me Hace Ruido.

E: ¿Cómo es el proceso artístico cuando se pertenece a una disquera independiente?

P: Pues es libre, nadie te dice que hacer ni nada, ellos están dispuestos a escuchar lo que haces.

E: Describe como es el sonido propio de tu música.

P: Hacemos música bajo la consigna de elevar estados de ánimo.

E: ¿En términos de concepto que es lo que quieres decirle al otro?

P: Se feliz.

E: ¿Crees que la música independiente tiene un sonido en particular?

P: Claro, ésta es más original, puedes hablar de cosas que en la música de las grandes disqueras no te lo permiten.

Grupo: La Fuerza Aérea.

Fecha: 01-07-2010.

Nombre: Mariel E.

Currículum: Integrante del grupo de indietronica La Fuerza Aérea, encargada de darle voz al proyecto musical, así como tocar sintetizadores y programaciones.

E= Entrevistador.

P= Participante.

E: ¿A qué disquera pertenece La fuerza Aérea?

P: Molécula Records.

E: ¿Cómo fue su inserción en la compañía disquera?

P: Fue en el 2008, conocimos a Arlo en un tocada y él se acerco a nosotros y nos propuso participar en un disco de recopilación, con la canción de *Fuerza Delta*, y ahora pensamos en sacar un *E.P.* y Arlo nos va a ayudar en la producción.

E: ¿Qué significa pertenecer a una disquera independiente?

P: En nuestro caso Arlo está al pendiente de nuestras tocadas, de nuestros avances, nos gusta estar en Molécula Records porque siempre nos apoyan, Arlo es muy amable con nosotros, él siempre nos habla y nos invita a tocar, nos motiva, en Molécula todos somos amigos, eso provoca que haya más confianza y por lo tanto haya más nivel en la música. Además, de que en Molécula Records hay propuestas atractivas y nuevas.

E: ¿Qué ventajas y desventajas tiene pertenecer a Molécula Records?

P: Las ventajas es que siempre nos invitan a diferentes eventos y más que nada el ánimo que nos dan, nos facilitan las cosas y procesos y de desventajas pues yo realmente no veo ninguna, ya que todo es ganancia para nosotros.

E: ¿Qué tipo de difusión existe cuando se pertenece a una *indie*?

P: Pues Arlo se encarga de eso, el nos da una lista donde se le da difusión a nuestra música, de donde recuerdo estaciones de radio como Reactor e Ibero, pero veo que hace más énfasis en medios electrónicos como blogs y páginas de internet.

E: ¿Cómo es el proceso artístico cuando se pertenece a una disquera independiente?

P: Es totalmente libre, y eso es bueno porque no nos dicen a que debemos sonar o que debemos de decir. Arlo nunca se mete en la parte creativa porque le gusta la música que hacemos.

E: Describe como es el sonido propio de tu música.

P: Pues intentamos hacer música electrónica experimental, pero en si somos totalmente libres, nuestra música es nuestros espacio de libertad, hablamos de lo que sentimos y pensamos.

E: ¿En términos de concepto que es lo que quieres decirle al otro?

P: Ser libre, tanto musical como letra, porque al hacer música somos totalmente libres.

E: ¿Crees que la música independiente tiene un sonido en particular?

P: Si, si hay sonido en particular, éste no es tan trillado, tan trivial, no se copian los grupos de *indie*. Los grupos independientes suenan originales.

Sello Discográfico Grabaxiones Alicia.

Fecha: 24-02-2010

Nombre: Ignacio Pineda.

Currículum: Actualmente es dueño y responsable del Multiforo Cultural Alicia, recinto ubicado en Avenida Cuauhtémoc, Colonia Roma 91-A, así como de la disquera que registra los sonidos del foro. En este lugar han iniciado la mayoría de los grupos importantes de la escena actual del rock.

E= Entrevistador.

P= Participante.

E: ¿Qué significa Grabaxiones Alicia?

P: Son los oídos del Multiforo Alicia, son las bocinas. Después de unos años del inicio del multiforo, y saber que estaba el espacio y las bandas, se crea el estudio para registrar los sonidos que hay en el Alicia.

E: ¿Cuándo surge Grabaxiones Alicia?

P: Como en el 2000.

E: ¿Cuál es el objetivo fundamental de la disquera?

P: Registrar lo que está pasando en el Alicia, los sonidos como el ska, rockabilly, punk, surf, garage y hardcore que en un principio del Alicia no se programan en la radio y que ni otros espacios tocaban; entonces la idea es registrar a los grupos que nadie volteaba a verlos.

E: ¿Cómo funciona y se estructura la disquera?

P: Primero vamos checando los grupos que nos van gustando, lo platicamos entre nosotros y decidimos si los grabamos. Después se lo comentamos al grupo que nos gusta su sonido y que nos gustaría grabarlos. Les hacemos dos tipos de propuestas de grabación, la primera, donde nosotros los grabamos y el grupo paga la maquila, para esos les damos dos fechas de conciertos en el Alicia y se reparten 500 discos para nosotros y 500 discos para ellos, por lo que el disco es de ambos, y la segunda, es donde nosotros pagamos todo y solo les damos 300 copias y el disco pertenece realmente al Alicia.

E: ¿Existe algún tipo de contrato?

P: No existe ningún tipo de contrato, para nada.

E: ¿De cuantas personas se compone Grabaxiones Alicia?

P: Son dos ingenieros y un ayudante de staff.

E: ¿Cómo es el proceso de grabación?

P: Sucede en la cabina de grabación, la cual está aquí en el foro o en el mismo espacio del foro, y se puede grabar todos en conjunto, como la vieja escuela o uno por uno, pero eso ya es cuestión de las bandas.

E: ¿Cómo es la distribución y la difusión del material fonográfico?

P: La distribución la hacemos con Noise Kontrol, la cual es una distribuidora, y la difusión la hacemos nosotros mismos en los lugares que mas podamos, en la radio, en revistas en periódicos y con la gente que hacen los medios, tratamos de hacerlos llegar para que hagan una crítica. No nos agrada trabajar tanto con el *mainstream*, o con las grandes revistas que manejan las grandes disqueras, si nos los piden con gusto se los damos, se los hacemos llegar, pero tampoco es nuestro objetivo.

E: ¿Cuál es la diferencia que existe entre una disquera independiente y una *major*?

P: Pues totalmente todo, nosotros tenemos que hacer todo, desde escuchar a las bandas, darles un seguimiento, grabar en un estudio que no es como el de ellos, saber aprovechar las tecnologías, aprender cada día más del estudio y no tenemos las posibilidades económicas que ellos. No nos podemos comparar con un sello grandote, del medio. Económicamente hay una diferencia enorme, unos abismos muy grandes.

E: ¿Qué oportunidades tienen las disqueras independientes ante las *majors*?

P: Ninguna, no tenemos ninguna oportunidad, tienes que saber moverte en tu espacio, hacer el ruido más posible, poner a tus bandas a tocar, que suene en la radio, en revistas y a partir de ahí haber que pasa. No puedes competir con una transnacional, imposible.

E: ¿Ésta forma de producción independiente es viable en cuestiones culturales y económicas, ante el sistema comercial de la industria cultural?

P: Si usas la misma lógica de las industrias culturales o del espectáculo no es viable, no puedes competir, es un sistema económico que es el neoliberalismo y es como la ley de Darwin, el pez grande se come al chico, no puedes competir con una transnacional que tiene todas las revistas, estaciones de radio, publicidad en la calle, televisión, conciertos masivos, no hay forma de competencia, pero si lo piensas con otra lógica diferente de abajo, desde abajo, si puedes hacer cosas, creo que la autogestión va a hacer el único camino viable, hoy como está la crisis económica los sellos van a empezar a cerrar, este es mi criterio, no van a poder competir. Lo que se tiene que hacer es platicar entre todos

los sellos y hacer un proyecto autónomo y de autogestión, desde abajo y sin buscar la máxima ganancia, como si fuera un disco no tanto de lucro sino de proyecto.

E: ¿Cómo defines el sonido de Grabaxiones Alicia?

P: Callejero, totalmente, salvaje y callejero.

E: ¿La música independiente que se está produciendo en México tiene un sonido en particular?

P: Si claro, un sonido y una ideología, la música que está sonando en la radio que están haciendo las grandes disqueras trae una idea, todo tiene idea de lo que la gente está diciendo y haciendo, para bien o para mal. Dentro de esto hay muchos sonidos diferentes, hay una diversidad, no puedes englobar, la música y el rock en México es un árbol con muchas ramas, hay muchos sonidos, nosotros somos una rama y dentro de nuestra rama hay subramitas que son el surf, garaje, rockabilly, punk rock, ska, el rollo rupestre, blues, hay muchos sonidos, cada sello es una rama diferente, no puede todo sonar igual, es imposible y qué bueno que haya esa diversidad.

Grupo: Austin TV.

Fecha: Junio-2008

Nombres: Chiosan, Oiram, Rata y Totore.

Currículum: Los cuatros son integrantes del grupo defeño Austin TV, banda consolidada en el circuito *mainstream* del país, cuentan con un EP homónimo y dos discos de larga duración, *La última Noche del Mundo* (2003) y *Fontana Bella* (2007), así como un disco de rarezas y lados B de nombre *Asrael* (2004). Han realizado presentaciones en países como Argentina, Costa Rica, Estados Unidos, entre otros. Y en México se han presentado en conciertos importantes como el Manifest, Zero Fest, Motorokr, Festival Cervantino y muchos más.

E= Entrevistador.

P= Participante.

E: ¿A qué disquera pertenece Austin TV?

P: Oiram: Ahorita estamos con Terrícolas Imbeciles, con la salida del *Fontana Bella*.

E: ¿Cómo fue su inserción en la compañía disquera?

P: Oiram: Con Grabaxiones Alicia lo platicamos, primero estuvimos en un acoplado de bandas de punk rock, y como seguimos tocando en el lugar un día platicamos con Nacho la posibilidad de grabar.

E: ¿Qué significa pertenecer a una disquera independiente?

P: Oiram: Es hacer las cosas por ti mismo, tú tienes que hacer mucho, en nuestro caso siempre nos preocupamos en todo, en el disco, en los conciertos, en la mercancía, en la giras, es hacerlo tú mismo. Aprendimos mucho cuando grabamos con el Alicia, nosotros no sabíamos muchos procedimientos de grabación, pero *chikitico* (ingeniero de audio) nos enseñó mucho, es como estar con una gran familia, ellos saben el sonido que buscas y no se desesperan, el Nacho siempre nos trató bien, somos amigos, él nos enseñó a trabajar y nos tomó en serio, eso fue muy importante para la banda.

E: ¿Qué ventajas y desventajas tuvo pertenecer a Grabaxiones Alicia?

P: Rata: Pues fueron ventajas, siempre platicamos todo con Nacho y de ahí se nos abrieron muchas puertas. Con el primer disco empezamos a sonar en la radio. Pero no esperábamos ser escuchados, nosotros siempre buscamos otras alternativas, tocábamos

mucho por todas partes. Y de desventajas hay muchas, ya que te ocupas de todo y eso a veces quita tiempo para hacer música.

E: ¿Qué tipo de difusión existe cuando se pertenece a una *indie*?

P: Rata: En el caso del Alicia, me imagino que Nacho llevo el disco a Reactor, pero un día en una tocada Miguel Solís nos escucho y nos compro un disco, se lo quisimos regalar pero él prefirió pagar y creo que de ahí empezó a sonar en la radio. Hemos aprendido que tocar por muchos lugares te puede abrir las puertas.

E: ¿Cómo es el proceso artístico cuando se pertenece a una disquera independiente?

P: Chiosan: Libre, es totalmente libre, hacemos la música que queremos, nunca pensamos en sonar como otros grupos ni nada de eso, solo hacemos nuestra música.

E: Describe como es el sonido propio de tu música.

P: Chiosan: Es difícil, hacemos música sin letra y cada quien la interpreta, pero cada disco cuenta una historia, pero es mejor cuando sabes que otras personas le han puesto una historia diferente a la música que haces.

E: ¿En términos de concepto que es lo que quieres decirle al otro?

P: Chiosan: Tal vez no hacemos música como para decir algo, queremos que los chavos sientan que se transporten a otros lugares, que se imaginen historias, ellos son los que le dan la interpretación.

E: ¿Crees que la música independiente tiene un sonido en particular?

P: Chiosan: Si, aunque hay muchos estilos porque hay muchas bandas, pero creo que tienen en común que no hay límites, es música que se hace con libertad.

Grupo: Twin Tones.

Fecha: Junio-2008

Nombres: López y Martínez.

Currículum: Ambos son músicos del grupo musical Twin Tones, banda de western rock conceptual, López toca el bajo y Martínez la guitarra. La agrupación cuenta con tres materiales fonográficos, *Nación Apache* (2005), *Salón Chihuahua* (2006) y *Capello di Mariachi* (2008).

E= Entrevistador.

P= Participante.

E: ¿A qué disquera pertenece Twin Tones?

P: Martínez: Con el nuevo disco estamos con T-Vox Records y en los dos discos anteriores estuvimos con Grabaxiones Alicia.

E: ¿Cómo fue su inserción en la compañía disquera?

P: Martínez: Con Grabaxiones Alicia el Nacho ya tenía tiempo que nos venía escuchando y bueno lo platicamos con él y decidimos sacar el disco.

E: ¿Qué significa pertenecer a una disquera independiente?

P: López: Pues, es difícil porque todo lo tienes que hacer, cuando estuvimos en Grabaxiones Alicia, teníamos pocas responsabilidades pero ahora que estamos en otra disquera tenemos que checar todo, desde quien va a grabar, mezclar, maquilar, como vamos a mover el disco y muchas cosas.

E: ¿Qué ventajas y desventajas tuvo pertenecer a Grabaxiones Alicia?

P: Martínez: Desventajas ninguna, más bien fueron ventajas porque Nacho tiene las entradas a los medios, conoce a mucha gente, es una ventaja que él te grabe, porque tu disco es más fácil que llegue a la radio, o sabes que por lo menos lo van a escuchar, las personas lo respetan mucho y confían en su buen oído, esa es una de las grandes ventajas del Alicia

E: ¿Qué tipo de difusión existe cuando se pertenece a una *indie*?

P: Martínez: Pues en el caso del Alicia es más fácil porque todos conocen a Nacho, pero con el nuevo disco es difícil, porque ya lo fuimos a dejar a la radio y pues tenemos que esperar a que les guste, tenemos que moverlo mucho y esperar.

E: ¿Cómo es el proceso artístico cuando se pertenece a una disquera independiente?

P: Martínez: Libre, haces lo que quieras puedes tocar como quieres, en nuestro caso siempre buscamos el mejor sonido.

E: Describe como es el sonido propio de tu música.

P: López: Pues nos enfocamos en hacer música que pueda musicalizar una película ya sea western, de terror u otras cosas, en un principio pensábamos en hacer mucha música y muchos discos, no pensábamos en tocar en vivo.

E: ¿En términos de concepto que es lo que quieres decirle al otro?

P: López: Es nuestra música, y si le gusta a otras personas está bien, no intentamos decirles nada.

E: ¿Crees que la música independiente tiene un sonido en particular?

P: Martínez: No precisamente, hay muchos géneros pero no hay un sonido en particular, ya que son muchos estilos los que hay en la independencia.

Medio de Comunicación: Interferencia 7Diez. AM.

Fecha: 24-02-2010.

Nombre: Miguel Solís.

Currículum: Actualmente es gerente y locutor de la estación de radio 7Diez de AM., dedicada a la difusión de rock en español y sus vertientes, y anteriormente ha estado vinculado con la escena del rock nacional, al participar en proyectos de radio como Orbita 105.7 y su predecesora Reactor 105.7, por lo que es una figura de autoridad en el campo de de la música y la industria musical independiente.

E= Entrevistador.

P= Participante.

E: ¿En México que significa ser independiente a nivel discográfico?

P: No es ser independiente a nivel discográfico, es más que eso, es una actitud y es una forma de ver tu trabajo. La industria musical tuvo varios momentos donde primordialmente era una cuestión de presupuestos para poder hacer las cosas, grababas, producías y difundías y la independencia surge como un concepto de no pertenecer a estas disqueras, la ideología es no ser como las grandes. En México como sabemos la historia del rock siempre ha sido una intensa persecución, entonces desde los años 70's con los antros y hoyos funky se comienza a crear una no dependencia de los grandes medios y es como se comienzan a utilizar flyers, el de boca en boca para poder continuar consumiendo rock. Entonces también se comienzan a hacer producciones caseras, todo esto hacia que prevaleciera el rock y aquí es donde se comienzan las formas de autogestión, porque los gastos se cubrían vendiéndole directamente al chavo banda que iba al hoyo funky, para concluir, desde esos momentos se genera la idea de autogestión y de no depender de los medios tradicionales de difusión de la música.

E: ¿Cuál es el panorama de la industria discográfica independiente en México?

P: Es un panorama muy fuerte y muy interesante, porque ya sabemos que de la venta de discos nadie va a vivir, entonces como en estos días se vive de la mercancía y tocadas, el disco se convierte en una carta de presentación. La situación está cambiando, yo espero que el disco se vuelva a valorar, espero que el acetato venga a reforzar otra vez el gusto por el formato físico y su revalorización.

E: ¿Cómo afecta o beneficia este tipo de industria a la escena musical?

P: Siempre que se tengan más alternativas y opciones es mejor, porque aumenta la calidad, aumenta la postura en cuanto lo que ves y lo que oyes, así como la amplitud de oídos y sentimientos, entonces mientras este más diversificado hay más opciones.

E: Como comunicador ¿qué seguimiento y oportunidades hay para este tipo de disqueras?

P: Es total y absoluto, aquí tratamos de apoyar a todo este tipo de expresiones y todas tienen un representación en esta estación. Las disqueras nos traen sus materiales y aquí los aceptamos.

E: ¿Cuál es el posicionamiento de las disqueras independientes en el mercado ante las disqueras corporativas?

P: Cada vez les están dando más sustos, por lo tanto se hacen alianzas o trabajan, por ejemplo Sony o Universal distribuyen mucho material independiente, por lo menos prefieren sacarles dos pesitos a no quedarse con nada. Las grandes solo están fuertes en la parte de distribución.

E: ¿Qué tipo de difusión y apertura tiene una disquera independiente en Interferencia 7Diez?

P: Siempre las tratamos de apoyar en lo que podamos, lo que esté en nuestras manos, aquí intentamos poner todo, siempre y cuando cumpla con los estándares de calidad, más que nada para no exhibir a las bandas y que los escuchas piensen que la banda es mala.

E: ¿Crees que ese tipo de gestión es viable en la industria musical?

P: Totalmente, pero si lo vez como viabilidad económica pues está algo difícil, en estos tiempos ya no te vas a enriquecer vendiendo discos, pero si lo vez como viabilidad para seguir apoyando y creando musicalmente es viable. La ganancia es seguir sobreviviendo.

E: ¿Qué responsabilidad social tiene la 7Diez en transmitir este tipo de disqueras?

P: Es tomar una fotografía de lo que está sucediendo, contarte la historia y darte la opción de elegir que es lo que quieres seguir. Somos los que recomendamos y enseñamos lo que está pasando, ser una vitrina y que la gente elija.

E: ¿La música que se está produciendo independiente tiene un sonido en particular? ¿Cuál es?

P: No tiene un sonido en particular técnicamente, pero lo que hay en lo independiente es la actitud, esa es la esencia del músico y lo que hace su música diferente.

Medio de Comunicación: Gabba Gabba 105.7 F.M.

Fecha: 12-02-2010

Nombre: Warpig

Currículum: Locutor del programa nocturno Gabba Gabba, el cual se transmite los días lunes a las 11:00 p.m. por Reactor 105.7. F.M. También, ha colaborado en revistas especializadas de rock como R&R y algunos blogs. Es músico y participa como baterista en el grupo Lost Acapulco, banda reconocida de surf de la capital de México.

E: Entrevistador.

P: Participante.

E: ¿En México que significa ser independiente a nivel discográfico?

P: Pues es hacer tus cosas tu solo, tienes que ver como las sacas adelante.

E: ¿Cuál es el panorama de la industria discográfica independiente en México?

P: Es malo, las transnacionales tienen todo y cada día desaparecen las independientes y las pocas que hay la mayoría tratan de aprovecharse del músico.

E: ¿Cómo afecta o beneficia este tipo de industria a la escena musical?

P: Pues beneficia, porque hay más opciones, sino seguiríamos pensando que el rock es otra cosa.

E: Como comunicador ¿qué seguimiento y oportunidades hay para este tipo de disqueras?

P: En Gabba Gabba tratamos de darle seguimiento a las producciones independientes, más cuando suenan bien y porque somos conscientes del gran trabajo que se hace al realizar un disco.

E: ¿Cuál es el posicionamiento de las disqueras independientes en el mercado ante las disqueras corporativas?

P: Pues ninguno, el material independiente casi no lo encuentras en los *mixup*, más bien en el chopo, aquí en el Foro Alicia, y en otros lados parecidos.

E: ¿Qué tipo de difusión y apertura tiene una disquera independiente en Gabba Gabba?

P: Tratamos de apoyar a todas, pero Gabba Gabba tiene una línea de sonidos y si entran en esa línea pues los apoyamos, como el trabajo que realiza Grabaxiones Alicia que es muy bueno, son los únicos que se han atrevido a darle oportunidad a los sonidos que nadie pela, todos son amigos, al Nacho no le importan si son chicos bonitos o si se ven

rockers, a él solo le interesan que suenen chido y aunque les falla a veces en cosas técnicas, porque el Nacho no le invierte, son de los pocos que trabajan bien y del Alicia salen las bandas más *chidas*.

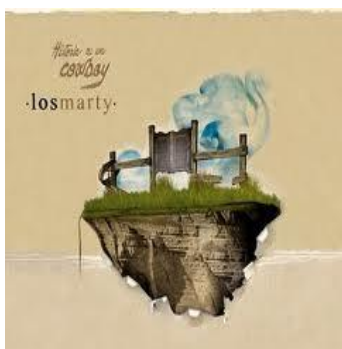
E: ¿Crees que ese tipo de gestión es viable en la industria musical?

P: Pues en nuestro caso, los músicos, es la única, en una grande nunca van a voltear a ver a bandas como nosotros, ellos buscan la música que la mayoría de la gente compra, nosotros no somos negocio para ellos, por eso uno mismo tiene que sacar sus discos.

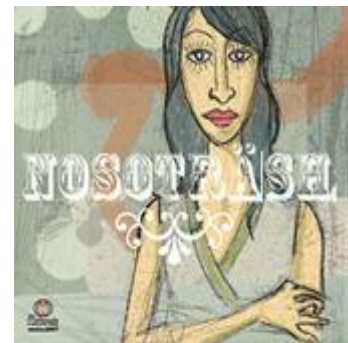
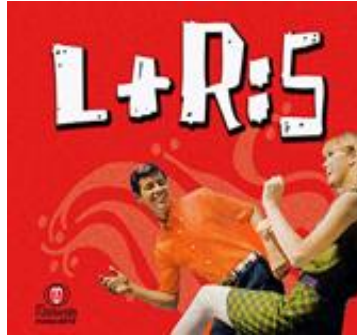
E: ¿La música que se está produciendo independiente tiene un sonido en particular?
¿Cuál es?

P: No es que tenga un sonido en particular, sino que es como hagas las cosas, hacerlas uno mismo, eso lo hace honesto y eso lo hace diferente ante las producciones de las grandes disqueras.

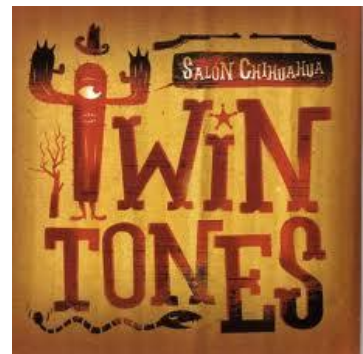
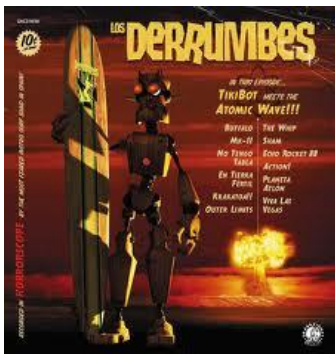
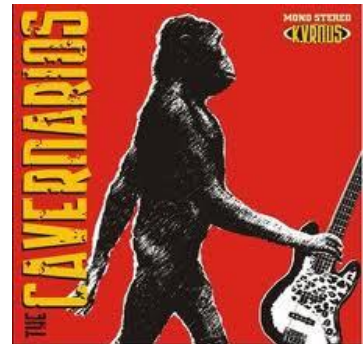
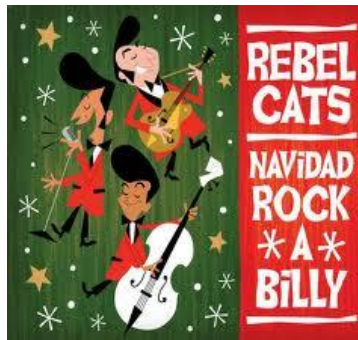
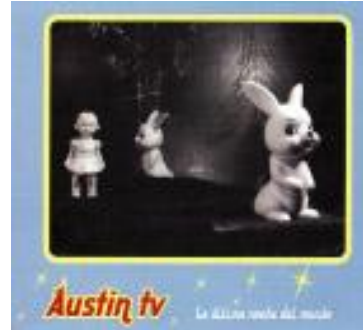
Iguana Records
Muestra de su catálogo



Molécula Records
Muestra de su catálogo



Grabaxiones Alicia
Muestra de su catálogo



La investigación se acompaña de una pequeña muestra de los materiales fonográficos que las disqueras Iguana Records, Molécula Records y Grabaxiones Alicia producen. De tal manera, que se apreció la diversidad de sonidos y discursos que difunden, para una mejor presentación del tema.

Compañías Discográficas Independientes: *Las indies como propuesta alternativa de industria cultural en la Ciudad de México.*

Tracklist.

1. *Buick a Monterrey*, Hummersqueal, (Iguana Records, 2006).
2. *Remember that you forgot*, Sad Breakfast, (Iguana Records, 2006).
3. *Diferencias*, Kill Aniston, (Iguana Records, 2006).
4. *Te puedes matar*, Los Daniels, (Iguana Records, 2007).
5. *Radio*, The Stupids RocknRoll, (Iguana Records, 2007).
6. *El hit de verano*, Nitoniko, (Molécula Records, 2009).
7. *Quiero dar vuelta*, Ella Tiene Dos Androides, (Molécula Records, 2010).
8. *Nebulosa*, Delicado Sonico, (Molécula Records, 2005).
9. *Fuerza delta*, La Fuerza Aérea, (Molécula Records, 2009).
10. *Game Over*, Le Danzen, (Molécula Records, 2009).
11. *Giramundo*, Manu Chao, (Grabaxiones Alicia, 2008).
12. *Corre*, The Cavernarios, (Grabaxiones Alicia, 2007).
13. *Con el punk rock en la venas*, Seguimos Perdiendo, (Grabaxiones Alicia, 2009).
14. *Ataque Fantasma*, Telekrimen, (Grabaxiones Alicia, 2004).
15. *Rucci*, Austin TV, (Grabaxiones Alicia, 2003).

Para finalizar se describe la primera fase del plan de acciones que se llevó a cabo con motivo de la presente investigación, donde se ha formado el Colectivo de Disqueras Independientes (CDI), así como la Primera Muestra del Disco Independiente y su registro. Hasta el día de hoy el colectivo se ha consolidado y tiene presencia en la industria musical, y algunas instituciones culturales han mostrado interés por la realización de muestras del disco independiente, como el Centro Cultural de España, Faro de Oriente, entre otros.

Colectivo de Disqueras Independientes (CDI)

El Colectivo de Disqueras Independientes (CDI) nace en la Ciudad de México, en el año de 2010. Es formado por diferentes sellos discográficos del país, para impulsar la industria discográfica independiente, así como estimular el consumo de los materiales fonográficos que se desarrollan bajo estas formas de producción.

El colectivo es integrado por 14 sellos discográficos independientes: Grabaxiones Alicia, Iguana Records, Noise Kontrol, Producciones PyP, Indie Rocks, Isotonics Records, PP Lobo Records, Bam Bam Records, Perro Negro Records, Molécula Records, Discos Tormento, Estridencia Latina, Retroactivo y Danger Corp.

El objetivo del Colectivo de Disqueras Independientes es que el público en general conozca este colectivo que aglutina a los sellos discográficos independientes de nuestro país, al tiempo que se fomenta la cultura de compra de discos originales, ofreciendo un comercio más justo, con precios económicos y ofertas de mercancía de salida.

Preponderamos el trato directo entre disqueras y consumidores, para una concientización de apoyo y consumo al conocer las prácticas de autogestión que realizan los sellos independientes.

De tal manera, con esta iniciativa se busca el apoyo de instituciones culturales y educativas para el desarrollo de muestras del disco independiente, así como de los medios de comunicación para su cobertura y oportuna difusión, que reditúe en el apoyo a la subsistencia de esta industria fonográfica independiente y su propuesta de producción musical.

Registro de la Primera Muestra del Disco Independiente, realizada por el Colectivo de Disqueras Independientes los días 3 y 4 de julio de 2010.

PRIMERA MUESTRA DEL DISCO INDEPENDIENTE

INTOLERANCIA / GRABAXIONES ALICIA / IGUANA RECORDS / NOISE KONTROL / PRODUCCIONES PYP / INDIE ROCKS / DIABLITO RECORDS / ISOTONIC RECORDS / PP LOBO RECORDS / BAM BAM RECORDS / PERRO NEGRO RECORDS / MOLECULA RECORDS / DISCOS TORMENTO / ESTRIDENCIA LATINA / RETROACTIVO / DANGER CORP /

TANKE GARROBOS EBY RITMO MUNDIAL LINEA 3 KUPPER ELLA TIENE DOS ANDROIDES	SABADO 3 DE JULIO, 2010, 14:00 HRS, \$ 20.00
TELEKRIMEN LADY BOMBOM NICOTYNA LOS LUNES BAGGINZ LA CALZADA DE LOS MUERTOS	DOMINGO 4 DE JULIO, 2010, 14:00 HRS, \$ 20.00

 Av. Cuauhtémoc 91-a, Col. Rockma
www.myspace.com/foroalicia

© 2010

